

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Уральский государственный педагогический университет»
Институт иностранных языков

НАУЧНЫЙ ДЕБЮТ

Материалы
первой заочной студенческой
научно-практической конференции
7 ноября 2018 г.
г. Екатеринбург, Россия

Екатеринбург 2018

УДК 81
ББК Ш1
Н34

Рекомендовано Ученым Советом федерального государственного
бюджетного образовательного учреждения высшего образования
«Уральский государственный педагогический университет»
в качестве научного издания (Решение № 117 от. 20.11.2018)

Ответственный за выпуск сборника: к.ф.н., доц. С.О. Макеева

Технический редактор: к.ф.н., О.В. Василенко

Н34 Научный дебют [Электронный ресурс] : материалы первой
заочной студенческой научно-практической конференции, Екатеринбург,
7 ноября. 2018 г. / Урал. гос. пед. ун-т. – Электрон. дан. – Екатеринбург :
[б. и.], 2018. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).

Сборник материалов включает статьи и тезисы студентов 4-5 курсов УрГПУ по проблемам лингвистики и методики, представленных в рамках первой заочной студенческой научно-практической конференции в Уральском государственном педагогическом университете 7 ноября 2018 г.

Для студентов и преподавателей филологических и педагогических специальностей высших учебных заведений.

Статьи сборника печатаются в авторской редакции.

УДК 81
ББК Ш1

СОДЕРЖАНИЕ

Арчая И.Г.	Концепты «радость» и «грусть» в англоязычной эмотивной фразеологии.....	4
Беляева А.А.	Способы повышения продуктивности урока иностранного языка в начальной школе.....	9
Гильманова Е.М.	Потенциал видеоматериалов как средства формирования социокультурной компетенции.....	12
Дементьева О.О.	Лингвострановедческий подход в обучении грамматике студентов языкового факультета.....	14
Духтанова А.А.	Функции неологизмов в текстах современных англоязычных СМИ.....	17
Зайкова С.Е.	Текстологические и содержательные характеристики текстов договоров на немецком языке.....	20
Зверева А.С.	Специфика языка англоязычной рекламы турпродуктов.....	22
Иваницкая К.С.	Каламбуры и способы их передачи при переводе.....	31
Кириянов Я.В.	Прецедентные имена в американских СМИ.....	36
Королева К.М.	Критерии оценки адекватности перевода. Оценка адекватности перевода художественного текста.....	39
Маханькова Е.Д.	Личностный подход и обучение чтению в 5-6 классах.....	43
Нестатных А.В.	Социально-политические эвфемизмы в политическом дискурсе английского языка.....	46
Павлов А.Б.	Способы достижения переводческой эквивалентности в переводе текстов договоров.....	49
Светличная К.Ю.	Переводческие трансформации при передаче национально-культурных реалий на материале Джерома К. Джерома «Трое в лодке не считая собаки».....	54
Фицлер А.С.	Понятие «мотив» в зарубежном литературоведении.....	59

Арчая И.Г
Екатеринбург, Россия
Концепты «радость» и «грусть»
в англоязычной эмотивной
фразеологии

Аннотация. Статья посвящена лингво-культурологическому исследованию английских эмотивных фразеологических единиц, вербализующих концепты «радость» и «грусть», что позволит нам выявить национально-культурные особенности английского народов

Сведения об авторе: Арчая Инга Гигловна, студентка Института Иностранных Языков

Контактная информация: 620017, г. Екатеринбург, пр. Космонавтов, 26
e-mail: miorq_ingushka@mail.ru

Archaya I.G
Ekaterinburg, Russia
The concepts of «joy» and
«sadness» in the English
emotive phraseology

Abstract. The article contains is to the linguistic-culturological study of English emotive phraseological units that verbalize the concepts of «joy» and «sadness», which will allow us to identify the national-cultural characteristics of the English peoples

About the Author: Archaya Inga Giglovna, the student of the Institute of Foreign Languages

Тема данного исследования обусловлена тем, что фразеологические единицы существуют в любом национальном языке, они аккумулируют народную мудрость, которая передается с их помощью от поколения к поколению. При наличии универсальных черт эти единицы отличаются национально-культурным своеобразием в каждом языке. Лексическое наполнение фразеологических единиц обусловлено различиями истории, традиций, уклада жизни, быта народов-носителей языка. Концепты «радость» и «грусть» относятся к системе основных морально-нравственных ценностей любого народа, однако каждый язык членит мир по-своему, следовательно, в английском языке имеются определенные особенности рассматриваемых концептов.

Цель работы – выявить национально-культурную специфику концептов «радость» и «грусть» в англоязычной эмотивной фразеологии.

Для достижения поставленной цели в работе необходимо решить следующие задачи:

- 1) рассмотреть понятие концепта в лингвистике;
- 2) изучить фразеологические единицы и фразеологическую картину мира;
- 3) выявить особенности эмотивных фразеологических единиц;
- 4) проанализировать семантику языковых средств экспликации концептов «радость» и «грусть»;
- 5) выявить фразеологические средства вербализации концептов «радость» и «грусть» в английском языке.

Объект исследования – концепты «радость» и «грусть» в английских эмотивных фразеологизмах.

Предмет исследования – фразеологическая картина мира английского народа.

Материалом для исследования послужили 150 фразеологических единиц (100 для концепта «радость» и 50 для концепта «грусть»), отобранные методом сплошной выборки из фразеологического оксфордского словаря [The Oxford dictionary of proverbs].

Концепт «радость» понимается английским народом, прежде всего, как удовольствие, которое рассматривается как положительная эмоция, связанная с положительной чувственно-физиологической реакцией. Англичане ассоциируют радость с развлечениями, весельем, забавой, что можно увидеть в следующих примерах:

The most profound joy has more of gravity than of gaiety in it. – Самая сильная радость обладает большей торжественностью, чем само веселье.

The essence of life is not in the great victories and grand failures, but in the simple joys. – Смысл жизни не в великих победах и грандиозных неудачах, а в простой радости.

Give one's gaiety free range / full play – дать волю веселью / радости.

При этом радость может доставлять настолько сильное удовольствие, что человек находится вне себя от переполняющих его эмоций, что можно увидеть на следующих примерах:

Go mad with joy / to lose one's head / wits with joy – сойти с ума от радости.

Beside oneself with joy / to be wild with joy – быть вне себя от радости.

Burst with joy – расpirать от радости.

Кроме этого, радость рассматривается англичанами как счастье, которым можно делиться с другими:

Unshared joy is an unlighted candle. – Неразделенная радость – это как незажженная свеча.

The greatest joy is giving joy to others. – Самая великая радость – делиться ею с другими.

It is never too late to mend happiness – Никогда не поздно быть счастливым.

Английский народ считает, что на смену радости обязательно приходит горе, т.к. радость не может длиться вечно:

Joy must have sorrow. – У каждой радости есть горе.

Sadness and gladness succeed each other. – Горе по соседству с радостью ходит.

The bridge between joy and sorrow is not long. – От печали до радости один шаг.

Примечательным является тот факт, что англичане полагают, что радость может сменять слезами, которые могут передавать как грусть, так и радость:

Weeping may endure for a night, but joy comes in the morning. – Плакать можно всю ночь, а радость постигнет утром.

After laughter tears. – После смеха придут слезы.

Weep for joy – плакать от радости.

Радость доставляют различные чувства, среди которых любовь, которая является высшим благом и высшей ценностью для человека. Любовь представляется неизбежной и непредсказуемой. Любовь невозможно скрыть, утаить, а, следовательно, преодолеть:

The sweetest joy, the wildest woe is love. – Любовь – самая сладкая радость, самое безумное горе.

Любовь ослепляет человека, его настолько переполняет радость, что он не видит ничего вокруг:

Love's young dream. – Пылкая и безрассудная любовь.

Love in a cottage. – Рай в шалаше.

Радость может доставлять совместная жизнь с кем-либо, а также как жизнь в семье:

A cheerful wife is a joy of life. – Веселая жена – радость жизни.

To bring up a child is not a burden, it is delight. – Воспитать дитя – удовольствие, а не ноша.

Отметим, что семья играет особенно важную роль в жизни английского народа. Семья – это ценность, а дети – смысл жизни, именно поэтому семейные отношения рассматриваются как радость.

Отметим также, что радость может быть вызвана красотой. Как известно, для английского народа внешнее и внутреннее находится в неразрывной связи, однако внимание акцентируется именно на внешнем, т.к. считается, что оно коррелирует с внутренним содержанием, несмотря на общепризнанный факт о том, что внешность обманчива. Все красивое доставляет людям радость, а удовольствие от наблюдения за красотой является чувственным и эстетическим:

A thing of beauty is a joy forever. – Прекрасное пленяет навсегда.

A bed of roses. – Постель из роз.

Appearances are deceitful. – Внешность обманчива.

Отметим, что в сознании английского народа красота представляется настоящей, если ей сопутствует здоровье:

Health and gaiety foster beauty. – Здоровье и радость укрепляют красоту.

Be in good (excellent) shape. – В хорошей форме.

Здоровье рассматривается английским народом как одно из самых важных богатств в жизни людей, именно поэтому о здоровье необходимо заботиться. Здоровые люди чаще всего не задумываются о своем естественном состоянии, что можно проиллюстрировать следующей фразеологическими единицами:

The healthy know not of their health, but only the sick. Здоровые не знают о своем здоровье, знают только больные.

Cheerfulness is the very flower of health. – Жизнерадостность – залог здоровья.

Далее обратим внимание, что веселье вызывает радость у английского народа, что можно увидеть в следующих примерах:

Have a time of life. – Повеселиться от души.

Have your tail up. – Держать хвост трубой.

Be in a transport of joy / delight. – В порыве радости / восторга.

Плюс ко всему английский народ придерживается мнения, что грусть и радость неотделимы друг от друга, они всегда рядом, что можно увидеть на следующих примерах:

Joy and sorrow are next door neighbours. – Горе и радость живут вместе.

Joy and sorrow are to-day and to-morrow. – Радость и грусть – это как сегодня и завтра.

В то же время англичане считают, что любую грусть можно пережить благодаря внутренним силам человека, следовательно, грусть рассматривается как временное явление:

Earth hath no sorrow that heaven cannot heal. – На земле нет такого горя, от которого не могли бы избавить небеса.

In people's life some rain must fall. – В жизни каждого человека должны быть и дожди.

Англичане полагают, что грусть находится именно в сердце, которое является одним из самых важных жизненных органов:

Lose heart. – Приуныть, впасть в уныние.

Eat one's heart out. – Изводить себя, изнывать от тоски.

Wring one's heart. – Сжать, сдавить чье-либо сердце.

Также грусть разъедает душу, мешает жить, мучает людей, что можно увидеть в следующих примерах:

Sorrow is to the soul what the worm is to wood. – Грусть для души – то же, что и червь для дерева.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Амосова Н. Н. Основы английской фразеологии. – Л.: Изд-во Ленинградского университета, 1963. – 208 с.

Архангельский В. Л. Устойчивые фразы в современном русском языке. – Ростов-на-Дону: Изд-во РГУ, 1964. – 315 с.

Аскольдов-Алексеев С. А. Концепт и слово // Русская речь. Новая серия. – СПб, 2013. – Вып. II. – 315 с.

Бабушкин А. П. Типы концептов в лексико-фразеологической семантике языка. – Воронеж: Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 2011. – 103 с.

Буянова Л. Ю., Коваленко Е. Г. Русский фразеологизм как ментально-когнитивное средство языковой концептуализации сферы моральных качеств личности. – Краснодар, 2004. – 89 с.

Виноградов В. В. Об основных типах фразеологических единиц в русском языке // Избранные труды. Лексикология и лексикография. – М., 2007. – 210 с.

The Oxford dictionary of proverbs / Edited by John Simpson and Jennifer Speake. – Oxford: Oxford University Press, 2009. – 568 p.

Wierzbicka A. Semantic Universals and Description of Languages. – М.: Yazyki Russkoy Culture, 2009. – 218 p.

Wordsmith dictionary online [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.wordsmyth.net/?level=3&ent=> (дата обращения: 04.06.2018).

Беляева А.А.

Новоуральск, Россия

**Способы повышения
продуктивности урока иностранного
языка в начальной школе**

Аннотация. В работе анализируются составляющие, которые влияют на продуктивность урока. А также приведены и проанализированы результаты апробации и перспективы методической разработки «Продуктивный урок английского языка в начальной школе».

Ключевые слова: продуктивный урок, учебное взаимодействие, рациональное распределение рабочего времени, дифференциация, методическая разработка.

Сведения об авторе: Беляева Анна Алексеевна, учитель английского языка
Место работы: MAOU «Лицей № 58»

Контактная информация: 624130, г. Новоуральск, ул. Чурина, 3
e-mail: Lulupus93@mail.ru

Belyaeva A.A.

Novouralsk, Russia

**Ways to increase the efficiency
of a foreign language lesson
in primary school**

Abstract. The work analyzes the components that affect the productivity of the lesson. Also it contains approbation results and future possibilities of methodological guidance «Productive English lesson in primary school».

Keywords: efficient lesson, academic interaction, rational distribution of working time, differentiation, methodological guidance.

About the Author: Belyaeva Anna Alexeevna, English teacher
Place of employment: MAEI «Lyceum № 58»

Продуктивность современных уроков достигается через учет определенных критериев при планировании и проведении уроков. Неотъемлемой частью этих критериев являются учет таких компонентов, как **учебное взаимодействие** учителя и учащихся, **рациональное распределение времени** на уроке и **дифференциация** на уроке.

Дифференциация на уроке позволяет индивидуализировать обучение. Учитывая индивидуальные различия учащихся, их физические и психологические особенности, учителя могут подобрать такие подходы и задания, при которых каждый присутствующий на уроке учащийся сможет оказаться в ситуации успеха и достигнуть запланированного результата. Этот критерий позволяет включать в работу учащихся, вне зависимости от их понимания или успеваемости и при этом помогает положительно воздействовать на мотивацию всех задействованных учащихся.

Так же важной частью урока является **учебное взаимодействие**. Процесс обучения – это целенаправленное, последовательно изменяющееся взаимодействие преподавателя и учащегося, в ходе которого решаются задачи образования, воспитания и общего развития. Учебное взаимодействие составляет сущностную характеристику педагогического процесса, который является специально организованным взаимодействием

ем педагогов и обучаемых, с использованием средств обучения и воспитания с целью решения задач образования, направленных на удовлетворение как потребностей общества, так и самой личности в ее развитии и саморазвитии.

Еще одной важной составляющей продуктивного урока является **рациональное распределение времени**. Эта составляющая, также как и дифференциация, должна быть учтена еще на этапе планирования и, в отличие от последней, выполнена в точности с планом. Время на уроке ограничено, и регламент урока должен быть соблюден. Каждый урок построен из ряда этапов, которые позволяют учащимся понять, отработать и осмыслить проделанную работу. В случае упущения одного из этапов знания, которые они должны приобрести или закрепить в ходе работы на уроке будут не полными, что повлечет за собой отставание от программы, неуспеваемость и другие последствия. Поэтому в ходе планирования необходимо четко прописывать регламент времени для каждого этапа, задания или работу в парах/группах.

Исходя из собранной информации, была создана и апробирована методическая разработка «Продуктивный урок английского языка в начальной школе», в которой представлены технологические карты уроков для параллели четвертых классов. Сами карты были разработаны на основе работ таких авторов, как Н. Ф. Коряковцева, Л. Г. Петерсон, Р. П. Мильруд, А. В. Перевозный и др.

Перед апробацией при поддержке школьного психолога была собрана информация об учащихся четвертых классов, на основе которой они были разделены попарно, а также данная информация послужила основой для психолого-педагогических характеристик классов.

Апробация разработки велась на параллели четвертых классов МАОУ «Лицей № 58» города Новоуральска в 2017-2018 году. Были выделены контрольные и экспериментальные группы, а также до и после апробации были проведены опросы для сравнения результатов. Во время самой процедуры апробации в классах велся еженедельный мониторинг изменений показателей результативности учащихся.

В результате мониторинга было выявлено, что составленные планы действительно позволяют повысить продуктивность урока. Повышение было незначительным, и в классах все также выделялись более и менее успешные учащиеся, но результаты большинства стали более стабильными. Учащиеся, вне зависимости от их успешности, проявляли большую мотивацию при подготовке дополнительных материалов к уроку и чаще обращались с просьбой позволить им сделать сообщение или презентацию на изучаемую тему.

Из результатов итогового опроса было видно, что учащиеся из экспериментальных классов стали более заинтересованы и активны на уроках английского языка. Они усваивают больший объем информации и могут воспроизвести ее через продолжительный промежуток времени. Также было доказано, что данная разработка применима и в работе с классами, в состав которых входят дети с СДВГ (синдром дефицита внимания и гиперактивности) и вовлечение их в деятельность на уроке позволяет мотивировать их к дальнейшему взаимодействию. Учащиеся стали чувствовать себя более комфортно на уроке – это отметили и классные руководители и родители учащихся, участвовавших в эксперименте. И это позволяет предположить, что продолжая работу в данном направлении, изучая вопрос влияния учебного взаимодействия, рационального распределения рабочего времени и дифференциации на продуктивность современного урока, можно добиться больших результатов, чем те, которые были получены при апробации.

Таким образом, результативность данной методической разработки подтвердилась. Положительные изменения в динамике успеваемости доказали, что работу в данном направлении действительно можно продолжать и это позволит повысить продуктивность современных уроков английского языка в начальной школе.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Коряковцева Н. Ф. Современная методика организации самостоятельной работы изучающих иностранный язык. – Москва: Изд-во Аркти, 2002.

Мильруд Р. П. Компетентность в изучении языка // ИЯШ. – 2004. – 36 с.

Перевозный А. В. Педагогические основы дифференциации современного образования. – Мн.: Академия последипломного образования, 1998. – 109с.

Петерсон Л. Г. Требования к составлению плана урока по дидактической системе деятельностного метода / Л. Г. Петерсон, М. А. Кубышева, Т. Г. Кудряшова. – Москва: Изд-во Бином, 2006.

Гильманова Е.М.

Екатеринбург, Россия

**Потенциал видеоматериалов
как средства формирования
социокультурной компетенции**

Аннотация. В тезисах рассматриваются особенности видеоматериалов как наглядного пособия при формировании социокультурной компетенции.

Ключевые слова: видео, социокультурная компетенция, аудиовизуальные материалы.

Сведения об авторе: Гильманова Екатерина Михайловна, индивидуальный предприниматель

Контактная информация: 623280, г. Ревда, ул. Азина, 71
e-mail: nice.chashkina@mail.ru.

Gilmanova E.M.

Ekaterinburg, Russia

**The potential of video materials
for sociocultural competence
development**

Abstract. The article deals with peculiar characteristics of video materials as an aid for sociocultural competence development.

Keywords: video, sociocultural competence, audiovisual materials.

About the Author: Gilmanova Ekaterina Mikhailovna, entrepreneur

Цель обучения иностранному языку сегодня связана с формированием коммуникативной компетенции, которая состоит из ряда компонентов: языкового, речевого, социокультурного.

Под социокультурной компетенцией (от лат. *competo* – соответствующая, подходящая, что означает знания и опыт в конкретной области) понимается уровень знания социокультурного контекста использования иностранного языка, а также опыт общения и использования языка в различных социокультурных ситуациях.

Практика показывает, что, изучая иностранный язык вне языковой среды, невозможно адекватно воспринимать и оценивать значительную долю культурно-специфической информации именно из-за отсутствия формирования социокультурной компетенции.

Современная педагогическая наука рассматривает видео как эффективное средство обучения иностранному языку и развития социокультурной компетенции. Видеоматериал представляет собой учебное пособие, демонстрируемое с помощью звукового и светового оборудования и направляющее речевую информацию одновременно по зрительному и слуховому каналу сенсорной системы человека. Обучение с помощью видеоматериала основано на принципе наглядности – одном из основных дидактических принципов обучения. Видеоматериалы, являясь синтетическим аудиовизуальным инструментом обучения, имеют известные преимущества за счет информативной насыщенности зрительно-слухового диапазона, выразительности, яркости, надежности. Отличительными особенностями видео являются ситуативность, динамичность

изображения и высокая познавательная ценность. Нельзя не отметить и силу эмоционального воздействия на учащихся.

В качестве аудиовизуальных материалов могут выступать как художественные фильмы, так и мультипликационные, и документальные. Они являются ценным инструментом обучения, поскольку во время просмотра фильма студент получает представление о том, как язык, который он изучает, используется в действительности, динамический визуальный ряд показывает взаимосвязь лингвистических и паралингвистических аспектов поведения носителей языка в ситуациях естественного общения. Кроме того, выполняется и воспитательную функцию – фильм знакомит студентов со страной изучаемого языка, ее историей, культурой, жизнью.

Благодаря наглядности применения языка в конкретных ситуациях, становятся понятны особые лексические единицы – реалии, обозначающие такие явления и объекты, которые характерны для одной конкретной страны, но абсолютно неизвестны в другой. Сочетание визуального и слухового ряда позволяет запоминать учебный материал лучше и быстрее, чем при представлении его в устной или письменной форме, особенно если это касается не очевидных для обучающихся понятий (реалий).

Видеоматериалы позволяют восполнить тот пробел, который возникает при обучении иностранным языкам вне языковой среды, что положительно сказывается на результатах обучения.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Громова О. А. Аудиовизуальный метод и практика его применения. – М.: Высшая школа, 1997. – 100 с.

Колкер Я. М. и др. Практическая методика обучения иностранному языку. – М., 2001.

Stempleski S., Tomalin B. Video in Action. – London, 1990. – 326 p.

Дементьева О.О.
Екатеринбург, Россия

**Лингвострановедческий подход
в обучении грамматике студентов
языкового факультета**

Аннотация. В статье описаны особенности реализации лингвострановедческого подхода в обучении грамматике иностранного языка. Материал может быть использован в высших учебных заведениях

Ключевые слова: лингвострановедческий подход, обучение грамматике, студенты языкового факультета.

Сведения об авторе: Дементьева Ольга Олеговна, инженер факультета повышения квалификации.

Место работы: ФГАОУ ВО «РГППУ».

*Контактная информация: 620141, г. Екатеринбург, пр-д Теплоходный, 11
e-mail: olgakachalkova@yandex.ru*

Dementyeva O.O.
Ekaterinburg, Russia

**Culture-through-language approach
in grammar teaching of language
faculty students**

Abstract. The article describes the peculiarities of the culture-through-language approach realization in grammar teaching. The material can be used at higher education establishments

Keywords: culture-through-language approach, grammar teaching, language faculty students.

About the Author: Dementyeva Olga Olegovna, engineer of the Faculty of continuing education,

Place of employment: RSVPU

Обучаясь на языковом факультете, студенты изучают все аспекты языка, знание и владение которыми необходимо для его полного и успешного освоения. К таковым относится и грамматика языка. Грамматика не является самоцелью, она – одно из важнейших средств овладения языком, неотъемлемый компонент всех видов речевой деятельности. Поступающим на языковой факультет обычно свойственен серьезный познавательный интерес как к избранному ими языку, так и к стране изучаемого языка. Они хотят как можно скорее начать бегло говорить на языке и читать интересующую их литературу. Наблюдение в ходе практики показало, что в период начального курса грамматические упражнения бывают очень примитивными и однообразными, что способствует снижению мотивации и приводит к спаду учебных интересов и к разочарованию. Одним из необходимых методов, препятствующих спаду общеучебной мотивации, является включение познавательной (страноведческой) информации уже в первые темы начального курса. Внедрение страноведческого материала должно быть включено во все виды речевой деятельности и представлять собой четкую систему.

Интерес к проблеме совместного изучения языков и культур возрастает с каждым годом. Данная проблема активно разрабатывается как отечественными авторами (Е. И. Пассов, А. Н. Щукин), так и зарубеж-

ными (Барри Томалин, Сюзан Стемплески). Был сделан вывод, что подача языкового материала без культурологической составляющей не является эффективной, так как не способствует формированию вторичной языковой личности, готовой и способной к межкультурному общению. Эта проблема актуальна на всех уровнях образования, начиная с самой ранней ступени и заканчивая высшим образованием. При изучении иностранного языка обучающиеся обнаруживают целый ряд фактов и сведений, относящихся к социально-бытовой и исторической сферам. Методика преподавания иностранного языка с учетом этих сведений называется лингвострановедением, а подход в обучении языку с обращением к культуре страны изучаемого языка – лингвострановедческим подходом.

В ходе апробации материалов, разработанных в рамках нашего исследования, мы акцентировали свое внимание на применение лингвострановедческого подхода в обучении практической грамматике студентов языкового факультета. Обучение данной возрастной группы имеет ряд психолого-физиологических особенностей, которые следует учитывать при организации образовательного процесса. Данный возраст характеризуется наивысшей скоростью оперативной памяти и переключения внимания, решения вербально-логических задач, а значит и достижением наивысших результатов. Период взросления связан с развитием самосознания, решением задач профессионального самоопределения и вхождения во взрослую жизнь. Человек максимально работоспособен, выдерживает наибольшие физические и психологические нагрузки, наиболее способен к овладению сложными способами интеллектуальной деятельности. Чтобы при обучении студентов иностранному языку и практической грамматике в частности были достигнуты максимальные результаты и развита устойчивая мотивация к дальнейшему изучению языка и культуры, необходимо регулярно внедрять лингвострановедческий материал в изучение всех языковых дисциплин и во всех видах речевой деятельности.

Нами был проведен эксперимент в ходе производственной педагогической практики в группах АИН-1602 и АИН-1603 (2 курс) в Институте иностранных языков в ФГБОУ ВО «УрГПУ», а именно: внедрение разработанного нами комплекса лингвострановедческих упражнений по дисциплине «Практическая грамматика» к каждой теме, предусмотренной рабочей учебной программой для ОП «44.03.01 Педагогическое образование. Профиль: Иностранный язык (английский)» по циклу БЗ. Наш комплекс предполагает применение различных форм учебного взаимодействия, формирование языковых (в частности грамматических) навыков, развитие видов речевой деятельности, а также активное внедрение лингвострановедческого подхода в каждую изучаемую тему. Был изме-

рен уровень сформированности грамматических навыков обучающихся до и после внедрения комплекса упражнений. Методологическая база исследования включала эксперимент, тестирование (входное и итоговое), наблюдение. В ходе внедрения данного комплекса упражнений были достигнуты следующие результаты: значительное повышение уровня сформированности грамматических навыков, активизация всех обучающихся в ходе каждого занятия и их коммуникативное включение в учебном взаимодействии, создание благоприятной атмосферы, повышение мотивации к дальнейшему изучению иностранного языка и развитие устойчивого познавательного интереса у каждого обучающегося.

Таким образом, применение лингвострановедческого подхода в обучении практической грамматике иностранного языка обладает большим образовательным и развивающим потенциалом, что позволяет не только повысить уровень культурологических знаний, но и лучше осознать и усвоить грамматический материал, представленный в совокупности с лингвострановедческим компонентом. Более того, данный подход позволяет расширить культурный кругозор, развивает их духовно-нравственную сферу, эстетические вкусы, познавательные интересы и потребности обучающихся, тем самым повышая мотивацию к изучению языка и культуры другой страны.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Щукина Г. И. Педагогически проблемы формирования познавательных интересов учащихся. – М.: Педагогика, 1988. – 176 с.

Рубинштейн С. Л. Основы общей психологии: монография. / сост., авт. коммент. и послесл. А. В. Брушлинского, К. А. Абульхановой-Славской. СПб., 1999. – 802 с.

Цветков И. М. Интерес и динамика его развития у учащегося // Ученые записки Ярославского педагогического института. – 1944. – Вып. 1. – С. 188-212.

Духтанова А.А.

Екатеринбург, Россия

Функции неологизмов в текстах современных англоязычных СМИ

Аннотация. В статье приводятся функции неологизмов, словообразование, классификация неологизмов. Материал может быть использован в практике преподавания теории перевода в вузе.

Ключевые слова: функции неологизмов в СМИ, словообразование, классификация неологизмов.

Сведения об авторе: Духтанова А.А. Администратор

Место работы: ООО «Максим Отель Урал»

Контактная информация: 620085, г. Екатеринбург, ул. Щербакова 4
e-mail: adukhtanova@mail.ru

Dukhtanova A.A.

Ekaterinburg, Russia

Functions of neologisms in the texts of modern English-language media

Abstract. The article contains functions of neologisms, word formation, classification. The material can be used in teaching translation at higher education establishments.

Keywords: functions of neologisms in media, word formation, classification of neologisms.

About the Author: Dukhtanova A.A. Hotel administrator

Place of employment: Ltd «Maxim Hotel Ural»

Если говорить о **роли неологизмов** в современных СМИ, прежде всего, следует отметить то, что новые слова обновляют язык, делают журналистские тексты современнее и позволяют автору избежать речевых клише и шаблонов.

К положительным моментам активного использования неологизмов в текстах СМИ следует отнести и то, что новые слова обладают большей смысловой емкостью по сравнению с русскими аналогами, к тому же новации выполняют особую стилистическую роль в тексте.

Необходимо понимать, что новые слова в текстах не должны становиться самоцелью, потому что в этом случае они резко ухудшают качество текста, усложняя процесс читательского восприятия. Неологизмы являются средством реализации и составной частью языковой игры, которая необходима в текстах современных СМИ.

Тексты массовой информации стали стилистически неоднородными, в них имеет место отказ от общепринятых способов выражения смысла. Если тонкости использования чужой речи не доходят до адресата, то коммуникативная дистанция между отправителем и получателем информации увеличивается. Исследователи совершенно справедливо считают, что отсутствие общего языкового пространства есть проявление речевой агрессивности адресата. Нарушение общего языкового пространства возникает прежде всего из-за использования лексики с ограниченной сферой употребления, особенно новейших или малораспространенных заим-

ствований (в том числе терминов), которые делают тексты непонятными. Предпринятая попытка классифицировать неологизмы молодёжного публицистического стиля по тематической доминанте выявила следующие основные темы:

Политика. Политика является наиболее часто освещаемой темой СМИ. В погоне за яркими заголовками журналисты часто прибегают к использованию неологизмов. Так, например, выявлено множество неологизмов, содержащие в себе компонент “Trump”: *Take a Trump – taking an incredibly toxic dump; Trump Ten – the weight gained when Donald Trump was elected President Of The United State.*

Интернет. С развитием сети Интернет, социальных сетей появляется всё больше неологизмов: *unlike – забрать ранее поставленную отметку «мне нравится»; scrolling – прокручивать веб-страницу, зачастую бесцельно; bigot - a person who is religiously attached to a particular computer, language, operating system; to google – искать что-либо в сети Интернет.*

В настоящее время особую актуальность среди неологизмов в англоязычной молодежной прессе демонстрируют слова из тематической группы «**язык и информационные технологии**»: *Weblish (Web+English) (Seventeen); Webspeak (Web+speak) (Sugar); Netspeak (Net+speak) (Popcorn News).*

Спорт. Огромное количество статей на спортивную тематику порождает стабильный поток неологизмов, появляющихся в английском языке: «*to be monstered*» – потерпеть сокрушительное поражение; «*tie*» – существительное или глагол, в спортивной тематике имеет следующие значения: равный счёт, игра вничью, решающий матч после ничейного результата; *bouncebackability – the ability to recover from bad circumstances.*

В области культуры можно выделить 2 основных ветви развития языка, и, как следствие, появления неологизмов: массовая культура (*selfie, liking, twitting*) и новые виды и жанры искусств (*ABC art – искусство, упрощающее и разлагающее на элементарные части цвет и форму; Op art – искусство, использующее оптические эффекты; action painting – живопись методом разбрызгивания*).

Говоря о **популярной культуре**, нельзя не отметить поразительные объёмы, с которыми неологизмы вводятся в язык. Очевидно, что в национальных СМИ и прежде всего молодёжных изданиях практически всех стран мира наблюдается экспансия образцов англоязычной массовой культуры, постоянно обновляемый список «селебритиз», хорошо известных массовой молодёжной аудитории как на Западе, так и в России. Вследствие этого, широкое распространение получили неологизм-слияния имён знаменитостей: *bradgelina* (союз Брэда Пита с Анджелиной

Джоли), Jennifer (Бена Аффлек и Дженнифер Лопес); Muribella (Murilo Benicio и Debora Falabella).

В области кино, телевидения и видеотехники появилось много новых технических средств, например: *inflight movies* – кинофильмы на борту самолёта, *chat show* – интервью со знаменитостью по ТВ; *mockumentary* – художественный фильм, нарочито стилизованный под документальный; *biopic* – фильм-биография, *starry-eyed* – захватывающий фильм [Чаплыгина 2018: 107-110].

Таким образом, язык СМИ в силу своей специфики отражает политическую, экономическую и духовную жизнь социума. Не все медиатопики в равной мере создают и закрепляют неологизмы в языке.

Исходя из вышеперечисленных примеров, можно сказать, что лидирующие позиции в вопросе образования неологизмов занимают темы политики, спорта, информационных технологий.

Большая часть неологизмов, которые присущи современным СМИ, является лексическими, однако в текстах СМИ нередки и семантические неологизмы, но их значительно меньше. Большая часть новых слов – заимствования, большую часть которых составляют заимствования из английского языка.

Словообразовательная практика средств массовой информации позволяет выработать такие типы образования неологизмов, которые просты в своем морфологическом построении и в то же время разнообразны в семантическом отношении. Однако многие новообразования СМИ нарушают словообразовательные нормы русского языка. Они создаются с нарушением ограничений в сочетаемости морфем, а также нетиповыми способами, помогая выявить системные механизмы преобразования новых слов и определить формирование зависимостей между их существенными характеристиками. Очевидна, также оценочная и эмоциональная маркированность многих новообразований СМИ, позволяющих отразить субъективное отношение автора к высказыванию в целом.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Грацкова И. Ю. Неологизмы в современном английском языке // *Science Time*. – 2015. – № 5. – С. 114-118.

Корниенко В. В. Особенности формирования неологизмов в английском языке и способы их перевода // *Наука и современность*. – 2010. – № 4-2. – С. 115-120.

Морозов А. А. Особенности использования неологизмов современными СМИ // *Наука и инновации в XXI веке: актуальные вопросы, открытия и достижения: сборник статей V Международной научно-практической конференции: в 2 частях*. – 2017. – С. 179-182.

Зайкова С.Е.

Екатеринбург, Россия

**Текстологические и содержательные
характеристики текстов договоров
на немецком языке**

Ключевые слова: текст договора,
коммуникация, анализ текстов

Сведения об авторе: Зайкова Софья
Егеньевна, студентка УрГПУ

Место учебы: Уральский государ-
ственный педагогический универси-
тет, институт иностранных языков.

Контактная информация: e-mail: soniazai@mail.ru.

Zaykova S.E.

Ekaterinburg, Russia

**Textological and informative
characteristics of contracts's texts
in German**

Keywords: contract text, communica-
tion, text analysis

About the Author: Zaykova Sofia
Evgenевна, student of USPU

Place of study: Ural State Pedagogi-
cal University, Faculty of Foreign
Languages

Как в немецком, так и в русском языке отсутствие комплексных си-
стематизированных исследований текста договора придает данной про-
блеме актуальность и востребованность.

Для реализации цели исследования была рассмотрена краткая инфор-
мация об истории письменной деловой коммуникации на немецком языке,
а именно о появлении первых немецких договоров, стандартов их оформ-
ления, структуре и функциях. Были выбраны и представлены три наиболее
распространённых вида договора: купли-продажи, аренды и возмездного
оказания услуг. Также были выведены элементы текстологических и со-
держательных характеристик текста, на основе которых в дальнейшем бы-
ла составлена таблица и проанализированы выбранные тексты.

Было выявлено, что анализ текстов договоров необходимо произво-
дить по следующим критериям:

1. Содержательные характеристики, включающие в себя разбор до-
кументов в трех структурах – вертикальной (композиционной), горизон-
тальной (синтаксическая) и глубинная (лексическая).

2. Текстологические характеристики, включающие в себя класси-
фикацию текстов по видам, формам, жанрам, стилям, функциям, типу и
параметрам передаваемой информации.

Благодаря данному анализу была определена композиция (структу-
ра) выбранных договоров. Обнаружена формальная связность (когезия) и
смысловое единство текстов договоров. А также рассмотрен процесс по-
строения речевых высказываний и включение их в текст. Текстологиче-
ские особенности обосновывают вид, тип и выбор официально-делового
стиля при оформлении текстов договоров.

Стоит отметить, что знание данных специфических особенностей считается необходимым условием для ведения деловой коммуникации, помогает избегать межкультурных конфликтов.

Зверева А.С.

Екатеринбург, Россия

**Специфика языка англоязычной
рекламы турпродуктов**

Аннотация. Статья посвящена анализу лексических единиц, используемых в англоязычной рекламе турпродуктов. Материал может быть использован в практике преподавания лексикологии в вузе.

Ключевые слова: туризм, рекламный текст, лексема, семантическое поле, ядро.

Сведения об авторе: Зверева Александра Сергеевна, учитель английского языка.

Место работы: МАОУ «НОШ № 7 имени В. И. Ефремовой»

Контактная информация: 169711, г. Усинск, ул. Молодёжная, 31
e-mail: alexzvereva1309@gmail.com.

Zvereva A.S.

Ekaterinburg, Russia

**The language of English tourism
advertising**

Abstract. The article contains analysis of lexical units used in advertising texts. The material can be used in teaching lexicology at higher education establishments.

Keywords: tourism, advertising text, lexis, semantic field, nucleus.

About the Author: Zvereva Aleksandra Sergeevna, the teacher of English

Place of employment: MAEI «PSS named after V. I. Yefremova»

В современной лингвистике **рекламный текст** является одним из важных предметов исследования, что связано с его ролью в коммуникативном пространстве современного языка. Язык рекламы достаточно быстро реагирует на новые идеи и события, изменения во всех сферах существования общества находят свое отражение в современных рекламных текстах. Рекламный текст является важным объектом для лингвистического анализа, так как в данном тексте сосредоточены и проявляются наиболее важные тенденции развития языка.

В данной работе выявлены и проанализированы наиболее часто употребляемые **лексемы**, встречающиеся в текстах рекламы турпродуктов.

На основе толковых словарей, словарей синонимов и антонимов современного английского языка, а также на основе словаря Thesaurus.com производится уточнение лексической характеристики рекламных текстов.

Используемые в работе словари в дальнейшем обозначаются, как:

Webster's New World College Dictionary – WCD;

Online Etymology Dictionary – OED;

Thesaurus – TSS;

Britannica – Br;

Collins English Dictionary – CED.

Исследуя **семантическое поле «tourism»**, можно выделить ряд **лексем**, которые составляют **ядро** данного поля. Это, согласно ресурсу Thesaurus.com, такие лексические единицы, как: *journey, travel, voyage, trip*.

Также к данному полю относятся такие лексические единицы, как *exploration, globetrotting, passage*.

На периферии данного поля располагаются такие лексические единицы, как: *resorting, traversing, jaunting, peregrination, pilgrimage, sojourn*.

В первую очередь необходим анализ лексики, которая наиболее часто встречается в выбранных примерах. При анализе частотности слов не учитываются служебные слова и местоимения, также не рассчитывается частотность для слов, обозначающих предметы туристического бизнеса, так как значимой является лексика, которая служит для основных целей рекламы – для привлечения внимания потребителей и побуждения к покупке. В результате проведенных подсчетов выбраны такие лексические единицы, как:

1. Прилагательные: *new, comfortable, original, perfect, mysterious, exclusive, special, extraordinary, spectacular, best, fabulous, grand, popular*.
2. Существительные: *adventure, experience, luxury, activity, entertainment*.
3. Глаголы: *relax, explore, exploring, enjoy, discover, join*.

Частотность лексических единиц в примерах

Прилагательные	Существительные	Глаголы
New – 38	Adventure – 44	Relax – 22
Perfect – 15	Experience – 37	Explore, exploring – 22
Mysterious - 10	Luxury – 14	Enjoy – 15
Exclusive – 9	Activity – 12	Discover – 14
Special – 8	Entertainment – 4	Join – 9
Extraordinary – 7		
Spectacular – 7		
Best – 4		
Fabulous – 4		
Grand – 4		
Popular – 3		

Согласно приведенным в таблице данным можно видеть, что наиболее часто в текстах использовались такие лексические единицы, как *new, perfect, adventure, experience, luxury, relax, explore, enjoy, discover*.

Данные лексические единицы относятся к ядру лексической группы исследуемых текстов, в связи с чем далее будет проведен анализ данных

лексических единиц, их структура, этимология, синонимы, антонимы и связи в тексте, которые для них характерны.

Лексическая единица *new* имеет следующие значения по WBD:

1. *In existence now: contemporary, current, existent, existing, now, present, present-day.*

2. *Not previously used: brand-new, fresh.*

3. *Not the same as what was previously known or done: different, fresh, innovative, inventive, newfangled, novel, original, unfamiliar, unprecedented.*

4. *Being an addition: added, additional, extra, fresh, further, more, other.*

Таким образом, можно отметить, что слово *new* является наиболее общим понятием, охватывающим такие значения, как *современный, новый, другой, оригинальный, неизвестный ранее*.

Этимологически данная лексическая единица происходит от before 900; среднеанглийский – *newe*, староанглийский – *nēowe, nīewe, nīwe*; соотносится с немецким *neu*, греческим *neōs*; латинским – *novus* [CED].

В тексте данное слово сочетается следующим образом: *new destinations, new sights, new people, new interests, new friends, new experiences, new culture, new adventures, new connections, the newest addition, a brand-new CocoCay*.

Таким образом, сочетаемость данной лексической единицы показывает, что ее основным значением является определение чего-либо нового, добавочного, того, чего раньше не было.

Следующая лексическая единица – *perfect*. Согласно словарю WCD, данное слово имеет следующие дефиниции:

1. *Lacking nothing essential or normal: complete, entire, full, intact, integral, whole.*

2. *In excellent condition: entire, flawless, good, intact, sound, unblemished, unbroken, undamaged, unharmed, unhurt, unimpaired, uninjured, unmarred, whole.*

3. *Without imperfections or blemishes, as a line or contour: clean, regular.*

4. *Conforming to an ultimate form of perfection or excellence: exemplary, ideal, model, supreme.*

5. *Not more or less: complete, entire, full, good, round, whole.*

6. *Completely such, without qualification or exception: absolute, all-out, arrant, complete*

7. *Free from extraneous elements: absolute, plain, pure, sheer, simple, unadulterated, undiluted, unmixed.*

8. *Supremely excellent in quality or nature: absolute, consummate, faultless, flawless, impeccable, indefectible, unflawed*

Общее значение данной лексической единицы связано с такими понятиями, как «идеальный», «без недостатков или дефектов», «высокого качества».

Согласно данным этимологического словаря, происхождение данного слова относится к 1250–1300 годам. Слово произошло от латинского слова *perfectus*, причастия прошедшего времени от *perficere* – заканчивать, заменив среднеанглийское слово *parfit* [CED].

Сочетаемость данной лексической единицы в тексте представлена атрибутивными сочетаниями и именными сказуемыми: *tours are perfect for solo travelers; perfect for women adventurers; perfect blend of outdoor adventures; perfect balance of yacht-like intimacy; perfect opportunity; is perfect for a special occasion; perfect place*. Подобная сочетаемость является особенностью английских рекламных текстов в исследуемой области рекламы.

Согласно приведенным в таблице данным можно видеть, что наиболее часто в текстах использовались такие лексические единицы, как *new, perfect, adventure, experience, luxury, relax, explore, enjoy, discover*.

Данные лексические единицы относятся к ядру лексической группы исследуемых текстов, в связи с чем далее будет проведен анализ данных лексических единиц, их структура, этимология, синонимы, антонимы и связи в тексте, которые для них характерны.

Далее проведем анализ лексической единицы *adventure*. Сначала определим дефиницию данного слова по словарю WCD:

- 1) *an exciting or very unusual experience;*
- 2) *participation in exciting undertakings or enterprises;*
- 3) *the spirit of adventure;*
- 4) *a bold, usually risky undertaking; hazardous action of uncertain outcome.*

Данное слово включает в себя значение необычного опыта, участия в необычных и потрясающих событиях. Значение рискованного предприятия, отмеченное в словаре, в рекламных текстах не подразумевается.

Согласно данным этимологического словаря, данное слово появилось в английском языке в 1200 году от среднеанглийского *aventure*, которое происходило из старофранцузского и вульгарной латыни – *ad-ventūra* – то, что должно случиться.

В выбранных для анализа текстах данная лексическая единица выступает в следующих сочетаниях:

Adventure awaits at every corner; Adventurers and explorers, welcome to the Southwest's best outdoor recreation; Packed with unforgettable sights and adventures. On the mainland for a care-free adventure – в этом сочетании слово сочетается со сложным образованием, что подчеркивает возмож-

ность получить приключение не подвергаясь опасностям. Также интересно сочетание: *the perfect blend of outdoor adventures*, которое является метафорическим, сравнивая предлагаемые приключения с чем-то высококачественным, идеальным.

Обратимся в лексической единице *experience*, которая по словарю WCD определяется как:

1) *a particular instance of personally encountering or undergoing something*;

2) *the process or fact of personally observing, encountering, or undergoing something*;

3) *the observing, encountering, or undergoing of things generally as they occur in the course of time*;

4) *to learn from experience; the range of human experience*.

В рассматриваемых текстах данное слово употребляется в значении практического опыта, впечатления, получаемого на основе путешествия.

Оно встречается в таких сочетаниях, как: *creating new experiences, cultural inclusions that deliver a deeper experience; Take time to experience the cultural center that is Melbourne*.

Происхождение данного слова определяется 1350-1400 годами в среднеанглийском языке. В данном случае путешествие – это всегда опыт, для кого-то полезный, для кого-то приятный, для кого-то неудачный, но использование лексической единицы с данным значением является эффективным для целей рекламы.

Следующая лексическая единица, которая используется в исследуемых текстах, – это *luxury*. Рассмотрим значения данной лексической единицы согласно словарю WCD:

1) *a material object, service, etc., conducive to sumptuous living, usually a delicacy, elegance, or refinement of living rather than a necessity*;

2) *free or habitual indulgence in or enjoyment of comforts and pleasures in addition to those necessary for a reasonable standard of well-being*;

3) *a means of ministering to such indulgence or enjoyment*.

В приведенных примерах слово «роскошь» использовалось как в прямом смысле эксклюзивности, так и в переносном значении «исключительности чего-либо». Рассмотрим примеры использования данного слова в примерах: *a setting of tropical luxury, including Italy's famous luxury cars such as Ferrari, luxury cruise ship, luxury accommodations, cultural highlights, luxury hotels, fine dining, relax in extraordinary luxury on board NCL's Norwegian Bliss*. В основном понятие роскоши встречается в рекламных текстах, связанных с морскими круизами на лайнерах высшего класса, что подразумевает прямое понимание данного слова.

Во фразе: *Where luxury comes naturally*, – представлено сочетание двух несочетаемых понятий, что приводит к появлению оксиморона. Средства выразительности повышают эффективность рекламных текстов.

Согласно данным этимологического словаря данное слово появилось в английском языке в 14 веке из старофранцузского и латыни, из слова *luxuria* – избыток [CED].

Далее обратимся к лексической единице *relax*. Согласно словарю WCD данное слово имеет следующее значение:

1) *to make (muscles, a grip, etc) less tense or rigid or (of muscles, a grip, etc) to become looser or less rigid*

2) *(intr) to take rest or recreation, as from work or effort on Sundays, she just relaxes; she relaxes by playing golf*

3) *to lessen the force of (effort, concentration, etc) or (of effort) to become diminished*

4) *to make (rules or discipline) less rigid or strict or (of rules, etc) to diminish in severity*

5) *(intr) (of a person) to become less formal; unbend*

Данное слово обладает значением отдыха, расслабления, прекращения напряжения, снятие излишне строгих правил, отмена жестких требований. Ключевыми значениями в данном случае являются значения отдыха и расслабления.

Приведем примеры сочетаемости данного слова в текстах/ Можно заметить, что слово *relax* используется в одном ряду с такими понятиями, как «*eat, drink, socialize, play*»: *provide more opportunities to relax, eat, drink and socialize; relax or play for a few days; relax in extraordinary luxury*. Также в текстах встречаются родственные слова, такие как *relaxation* и *relaxing*. В свою очередь, слово *relaxation* встает в один ряд с такими понятиями, как *rest, adventure, discovery: endless opportunities for adventure, discovery, and relaxation; to get some rest and relaxation*.

Часто слово *relax* сочетается со словом *time*: *Time to relax with the 'must see' activities; stop at any time to relax*.

Происхождение этого слова связано с 15 веком, оно пришло из латыни, от слова *relaxāre* – ослаблять. Слово исторически образовывалось с помощью приставки *re*, которая на данный момент входит в состав корня [CED].

Следующая лексическая единица для анализа – это *explore*. Согласно данным словаря WCD, данное слово имеет следующие значения:

1) *to examine or investigate, esp systematically*

2) *to travel to or into (unfamiliar or unknown regions), esp for organized scientific purposes*

3) *(med) to examine (an organ or part) for diagnostic purposes*

4) *obsolete to search for or out*

Получение опыта, приключения – все это близко связано по значению с понятием «исследовать», «пробовать». Далее рассмотрим сочетаемость данной лексической единицы в тексте. По сочетаемости данного слова можно сделать вывод, что наиболее близкое значение – это «попробовать» «получить опыт чего-то интересного»: *to explore fascinating destinations, to explore other must-see London attractions, explore spectacular geothermal parks, explore unique sites and destinations, Come explore some of the world's most intriguing destinations!*

В рекламном тексте данное слово часто используется в повелительном наклонении, это прямое приглашение получить интересный опыт, увидеть новые интересные места.

Близко к этому понятию и понятие *discover*. Значение данного слова так описывается в словаре WCD:

- 1) *to be the first to find or find out about;*
- 2) *to learn about or encounter for the first time; realize;*
- 3) *to find after study or search;*
- 4) *to reveal or make known.*

В рекламном тексте наиболее часто данное слово имеет значение «ознакомиться», «открыть для себя». Рассмотрим, как эта лексическая единица сочетается в тексте: *discover China's most magnificent cities; discover one of Europe's most pristine destinations; discover the amazing out-back Kimberley region; discover Russia's unique history and culture.*

Можно видеть, что в данном случае использование понятия *discover* почти совпадает с понятием *explore*.

По происхождению это слово пришло в английский язык в 1300 году, из старофранцузского *descovrir* – открыть, раскрыть. Значение «получить знания» появилось с 1550 года.

И, наконец, рассмотрим лексическую единицу *enjoy*. Согласно словарю WCD данное слово имеет следующие значения:

- 1) *to receive pleasure from; take joy in*
- 2) *to have the benefit of; use with satisfaction*
- 3) *to have as a condition; experience*
- 4) *enjoy oneself - to have a good time*

Синонимами этого понятия являются такие слова, как *appreciate, fancy, relish, savor* [TSS].

Далее обратимся к анализируемым примерам, чтобы рассмотреть, в каких сочетаниях используется данное слово в рекламном тексте. Как и в случае с другими глаголами, данный глагол используется в большей степени в повелительных конструкциях, выражая прямое обращение к ауди-

тории, призыв к использованию услуг и товаров: *enjoy small group travel, enjoy the Alaska landscape, enjoy the spectacular scenery*.

Данная лексическая единица вошла в состав английского языка в 14 веке, происхождение слова прослеживается от старофранцузского *enjoir*, которое образовалось приставочным способом от корня *joir* – находить удовольствие [CED].

Таким образом, при исследовании лексики, наиболее активно используемой в текстах рекламы туристических продуктов и услуг, выявлен ряд наиболее часто употребляющихся слов. При этом данные слова во многом имеют связь с убеждением потребителей, привлечением их внимания. Для рекламных текстов свойственно точное указание места оказания услуги, продажи продукции, адресата рекламы, инструментов бизнеса. В то же время для лингвистического исследования наивысший интерес представляет лексика, которая направлена на убеждение и побуждение потребителя. В исследовании выявлены наиболее часто используемые лексические единицы, которые служат убеждению адресата. Ряд выявленных глаголов используется в повелительном наклонении, призывая потребителей к действию. Оценочные прилагательные, которые используются в простой, сравнительной и превосходной степенях служат для оценки предлагаемых услуг и продуктов. Многие существительные по своему значению связаны с понятиями «открытие», «опыт», «проба», «приключение»: *explore, exploring, enjoy, discover, join, adventure, experience, activity*. Прилагательные больше тяготеют к значениям «исключительный», «лучший», «эксклюзивный», что призвано подчеркнуть качество предлагаемых услуг и продуктов: *original, perfect, mysterious, exclusive, special, extraordinary, spectacular, best, fabulous, grand, popular*.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Бернадская Ю. С. Текст в рекламе: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 032401 (350700) «Реклама». – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011. – 288 с.

Магомедова А. Н., Хайбулаева А. М. Национально-культурная специфика рекламных текстов // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2014. – Т. 20. – С. 381-385.

Webster's New World College Dictionary. – Доступ на websters.yourdictionary.com.

Thesaurus. – Доступ на <http://www.thesaurus.com>.

Online Etymology Dictionary. – Доступ на www.etymonline.com.

Journey-woman. – Доступ на www.journeywoman.com.

In This Life Travel, LLC. – Доступ на <http://www.inthislife.com>.

CRUISE. – Доступ на <http://www.cruise-international.com/regent-seven-seas-voyager-review>.

Collins English Dictionary. Complete & Unabridged. – 2012. [Digital Edition] – URL: <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english>.

Иваницкая К.С.

Екатеринбург, Россия

**Каламбуры и способы их передачи
при переводе**

Аннотация. В статье приводятся основные способы передачи комического при переводе каламбуров с английского на русский язык, а также содержатся несколько практических заданий, направленных на умение распознавать данные способы.

Материал может быть использован в практике преподавания по таким дисциплинам как «Теория перевода», «Практический курс первого иностранного языка», «Межкультурная коммуникация» в ВУЗе.

Ключевые слова: каламбур, игра слов, языковая игра, способы передачи, комический эффект.

Сведения об авторе: Иваницкая Ксения Сергеевна, младший воспитатель. Место работы: МБДОУ детский сад № 51

Контактная информация: 620050, г. Екатеринбург, ул. Кунарская, 57
e-mail: ksiushka520@mail.ru

Ivanitskaya K.S.

Ekaterinburg, Russia

**Puns and means of their transferring
through translation**

Abstract. The article contains the basic means of transferring the comic effect through translation of puns from English into Russian, and also contains some practical exercises aimed at teaching students to be able to recognize mentioned means.

The material can be used in teaching of such academic subjects as «Theory of translation», «The first foreign language practical course», «Cross-cultural communication» at higher education establishments.

Keywords: pun, wordplay, language play, means of transferring, comic effect.

About the Author: Ivanitskaya Kseniya Sergeevna, junior kindergarten teacher. Place of employment: Municipal budgetary pre-school educational institution, kindergarten № 51

Каламбур, как один из языковых средств создания комического, является неотъемлемой частью любого комедийного фильма или телесериала. Каламбур, несомненно, выделяется в потоке обычной речи, обращая на себя внимание слушателя. При переводе игры слов переводчик является посредником, который должен донести до реципиента не только смысл высказанного, но и ту самую комичность всей ситуации, облачая ее в новую оболочку, которая будет понятна и ясна реципиенту переводящего языка. Работа переводчика в данном ключе поистине творческая и необычайно трудоемкая и сложная.

Для успешной передачи переводчиком игры слов выделяют три основных способа передачи комического при переводе каламбура [Чиж, Данилова 2012]:

- **Компенсация.** Рассматривается, как замена непередаваемого элемента подлинника аналогичным или иным элементом, восполняющим потерю информации и способным оказать аналогичное воздействие на

читателя или зрителя. При использовании данного способа происходит создание схожей игры в переводящем языке.

- **Опущение.** Игра слов опускается вовсе, передача текста на другой язык осуществляется путем простого перевода. Изменения семантической основы каламбура исходного языка, передача его содержания в некаламбурной форме влекут за собой определенные потери.

- **Калькирование.** Построение лексических единиц по образцу соответствующих слов иностранного языка путем точного перевода их значимых частей или заимствование отдельных значений слов.

Наглядное применение данных способов можно увидеть в примерах каламбуров, взятых из американского комедийного телесериала «Как я встретил вашу маму» («How I Met Your Mother»).

Первые два примера были переведены с помощью способа **компенсации**:

- | | |
|---|--|
| 1) - <i>Hey, you know what? Not every setup has a "but."</i> | - <i>Не у каждого человека, которого сводят, есть эти «но».</i> |
| - <i>What about, um, Jamie, that girl that Lily set you up with? She was really nice.</i> | - <i>Как насчет Джейми, с которой тебя свела Лили? Она была очень милой.</i> |
| - <i>If memory serves me, she had a huge «but»</i> | - <i>Если мне не изменяет память, у нее было одно огромное «но».</i> |
| - <i>Her huge butt.</i> | - <i>Ее огромное седло.</i> |

В данном контексте каламбур строится на фонетически схожем звучании двух слов, отличающихся одной буквой, но имеющих разное значение – «**but**», которое переводится как «но», и «**butt**», означающее заднюю часть тела – «попу». Студия «Paramount Comedy» решила подыскать похожее в русском языке по звучанию слово к слову «**но**», которое хоть и отдаленно, но напоминает о человеческой части тела – «**седло**», чем добилась успешной компенсации.

- | | |
|--|---|
| 2) - <i>If he pukes, one of you guys cleans it up.</i> | - <i>Если его вырвет, убирать за ним будете вы.</i> |
| - <i>No dibs.</i> | - <i>Чур не я.</i> |
| - <i>No dibs.</i> | - <i>Чур не я.</i> |
| - <i>No d... Damn it!</i> | - <i>Ч.. А, блин!</i> |

Выражение «**dibs on something**» можно перевести, как «*иметь право на что-то или сделать что-то*». В данном контексте применяется аналогичный процесс, за исключением отрицательной частицы, то есть, от-

рекаясь от права. В данном случае опустить каламбур просто нет смысла. Студия «Paramount Comedy» нашла хороший эквивалент данному выражению в русском языке – «чур меня» – немного изменив его структуру – «чур не я». Данный пример можно считать отличным результатом применения компенсации.

Следующий пример приводится на способ **опущение**:

- 3) - *Real Thanksgiving happened over a month ago.* - Настоящий день благодарения был около месяца назад.
- *I'm sorry. Did you just say Canadian Thanksgiving was and I'm quoting, "the real Thanksgiving"?* - Прошу прощения, ты только что назвала канадский день благодарения, и я цитирую, «настоящим» днем благодарения?
- *What do Canadians even have to celebrate about?* - И что же вы, канадцы, там празднуете?

Каламбур в данном случае распознать на письме будет практически невозможно, так как он строится на существенном различии в произношении слова «**about**». Дело в том, что в канадском английском существует иная версия произношения данного слова. За место обычного [ə 'baʊ] канадцы произносят [ə 'boʊ]. Данный каламбур никак невозможно компенсировать, поэтому студия «Кураж-Бамбей» опускает данную игру слов и в переводе теряет всю комичность ситуации.

И, наконец, пример на третий способ – **калькирование**:

- 4) - *I don't think you know what Spain is.* - По-моему, ты даже не представляешь, где находится Испания.
- *Well, I know that a trip there costs some serious lira.* - Зато я знаю, чтобы поехать туда, нужно потратить немало лира.
- *It's dinero.* - Там дениро (динеро).
- *Where? I want his autograph!* - Где? Где Де Ниро? Хочу автограф!

Данная игра слов строится опять же на схожести произношений слова – «**динеро**» («**dinero**» – денежная единица в Испании) и фамилии известного голливудского актёра **Роберта Де Ниро (Robert De Niro)**. В данном диалоге слово «**dinero**» было немного изменено в произношении, с целью подчеркнуть фонетический каламбур – схожесть с фамилией актёра. В переводе студией «Кураж-Бамбей» также было изменено произношение денежной единицы, чтобы создать аналогичный эффект ори-

гинала, который повторил свой успех в переводе. Данный пример калькирования можно считать удачным.

Далее приведено несколько диалогов, которые нужно перевести, применяя вышеперечисленные способы передачи каламбура:

- 1) - *Oh, Yobin.*
- *No, **Robyn**.*
- *And for the rest of the night, every time I looked at her, I just saw Robin's face.*
- *Well, I should hope so.*
- *No, **our Robin. Robin with an I.***
- *Uh, our Robin has **two eyes**, my friend. But that's good. You're forgetting what she looks like.*

- 2) - *Question one:*
- *What is Lily's favorite color?*
<...>
- *Oh, uh... Her... favorite color is...**elbow**.*
- *I believe Ted was mouthing the word "**yellow**". Which also would have been wrong.*

- 3) - *Well, the **bees** escaped their enclosure, but no reason **to "bee" concerned**.*

- 4) - *Oh, oh, I see what's going on here, Ted.*
- *I'm just some random girl to make Robin jealous, and after she takes you back, you probably won't even remember my name.*
- *Come on, **Blahblah**, it's not like that.*

- 5) - *Whatever happened to Jacob James **Olmos**?*
- *Who?*
- *Jacob James Olmos. Whatever happened to that guy?*
- *He never existed. It's Edward James **Olmos**.*
- *You're **Olmos** correct. It's Jacob James Olmos.*

Итак, подводя итоги, можно отметить, что в ходе анализа практического материала были собраны статистические данные, из которых было установлено, что самым частотным по использованию является способ

компенсации, вторым по частотности считается способ опущения, и наименее частотным был установлен способ калькирования.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Александрова Е. М. Перевод языковой игры: проблемы адекватности и эквивалентности: учебное пособие. – М.: Университетская книга, 2012. – 68 с.

Влахов С. И., Флорин С. П. Непереводимое в переводе. – М.: Международные отношения, 1980. – 352 с.

Москвин В. П. Каламбур: приемы создания и языковая основа // Русская речь. – М.: Наука, 2011. – № 3. – С. 35-42.

Московский А. П. О природе комического. – Иркутск: Восточно-Сибирское книжное изд-во, 1968. – 96 с.

Санников В. З. Каламбур как семантический феномен // Вопросы языкознания. – 1995. – № 3. – С. 56.

Сериал «Как я встретил вашу маму»: перевод: Кураж-Бамбей, сезон 1-9 [Электронный ресурс] // Видеохостинг КуражБамбей: [сайт]. – URL: <https://куражбамбей.рф/serial-kak-ya-vstretil-vashu-mamu-1-sezon.html> (дата обращения: 11.04.2018).

Сериал «Как я встретил вашу маму»: перевод: оригинал, сезон 1-9 [Электронный ресурс] // Видеохостинг Fenglish: [сайт]. – URL: <https://fenglish.ru/how-i-met-your-mother-kak-ya-vstretil-vashu-mamu-na-anglijskom-s-subtitrami/> (дата обращения: 09.04.2018).

Чиж М. С., Данилова, И. И. Особенности перевода каламбура [Электронный ресурс] // Успехи современного естествознания. – 2012. – № 5 (Материалы IV Международной студенческой электронной научной конференции «Студенческий научный форум 2012»). – URL: <http://rae.ru/forum2012/253/1084> (дата обращения: 06.04.2018).

Щербина А. А. Сущность и искусство словесной остроты (каламбур). – Киев: Изд-во АН УССР, 1958. – 68 с.

Кирьянов Я.В.

Екатеринбург, Россия

**ПРЕЦЕДЕНТНЫЕ ИМЕНА
В АМЕРИКАНСКИХ СМИ**

Аннотация. Эта статья посвящена сопоставительному изучению содержательно-семантических, когнитивных свойств прецедентных имен и их прагматического потенциала в Американской жизни.

Сведения об авторе: Кирьянов Ян Вадимович, студент Института Иностранных Языков

Контактная информация: 620017, г. Екатеринбург, пр. Космонавтов, 26
e-mail: miawallace6991@gmail.com

Kiryanov Y. V.

Ekaterinburg, Russia

**PRECEDENT PHENOMENA
IN AMERICAN MASS MEDIA**

The article contains a comparative study of the content-semantic, cognitive properties of precedent names and their pragmatic potential in American life.

About the Author: Kiryanov Yan Vадimovich, the student of the Institute of Foreign Languages

Данная работа способствует формированию высокого уровня межкультурной коммуникативной компетенции людей, которые изучают английский язык. Актуальность проблематики обусловила выбор объекта и предмета диссертационного исследования

Целью исследования является изучение прецедентных имен и феноменов в СМИ США, их роли как носителей информации о культуре. Для достижения цели данного исследования были поставлены следующие задачи:

- 1) Изучить признаки ПИ
- 2) Определить источники ПИ
- 3) Определить их роль в Американской культуре

Объект исследования – прецедентные имена в СМИ США

Материалом исследования послужили некоторые вырезки из журналов о кино Empire magazine, Total Film Magazine, SFX Magazine, Conde Nast Traveller, Life & Style, The Week

Киноискусство можно считать поистине достаточно весомым источником прецедентных имен, как в российской, так и в американской рекламе. В российской рекламе она составляет 11,9% от общего числа прецедентных имен и формируется именами актеров, кинорежиссеров, режиссеров мультипликаторов: Джордж Клуни, Мэрил Стрип, Стивен Спилберг и киноэпопея «Back To The Future» Роберта Земекиса.

Например, нередко читателю журналов навязывают стандарты о «красивой жизни» с помощью знаменитостей из кино. *George Clooney Venice. The key five-star hotels are the Danieli, where Meryl Streep stayed two years ago; the Cipriani, a favourite with Clooney and Kid-*

man that boasts a private water-taxi service (Conde Nast Traveller, 2006, September)

В этом контексте есть осязаемая реклама отелей, которая «манит» людей для того, чтобы посетить место, в котором некогда отдыхали известные личности киноиндустрии.

Las Vegas gaming industry was begun by the mob. It is no accident that Sinatra and his posse made the original Ocean's Eleven here back in the day, and it is no accident that Clooney and his posse are now on the second sequel to the remark. Crime pays – or at least films about crime pay – because everybody wants to beat the house. Or watch somebody try (Conde Nast Traveler, 2007, February).

Тут, казалось бы, все ясно. Казино, в котором снимали «11 друзей Оушена», по определению будет фаворитом среди своих конкурентов.

Watching the northern lights. For children, it's "like being in one of the Spielberg films they might otherwise have been watching for the umpteenth time" (The Week, 2002, December).

Имя Стивена Спилберга обычно вызывает в сознании зрителя и поклонника его фильмов ассоциации со зрелищностью и яркой цветовой гаммой.

Американская кинематографическая эпопея в трех частях о путешествиях во времени “Back to the Future” («Назад в будущее») режиссера Роберта Земекиса была по достоинству оценена американскими экспертами в области туризма, которые успешно использовали трансформацию названия фильма, призывая туристов отдыхать: “Back to the Future” (1) Travel back in Time! (Life & Style, 2005, June 6).

Соотношение реальных и вымышленных прецедентных имен в данной сфере свидетельствует о численном превосходстве реальных прецедентных единиц в Американской рекламе (70,3%). Такую особенность можно объяснить тем, что с помощью реальных прецедентных имен сообщается информация о товаре, формируется его образ, придается некоторая значимость этому товару или жизненному явлению.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Гудков Д. Б. Прецедентное имя и проблемы прецедентности. – М.: Изд-во МГУ, 1999. – 152 с.

Гудков Д. Б. Теория и практика межкультурной коммуникации. – М.: Гнозис, 2003. – 288 с.

Красных В. В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность?. – М.: Гнозис, 2003. – 375 с.

Кушнерук С. Л. Сопоставительное исследование прецедентных имен в российской и американской рекламе: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20. – Челябинск, 2006. – 213 с.

Нахимова Е. А. Прецедентные имена в массовой коммуникации: монография. – Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. пед. ун-та, 2007. – 207 с.

Conde Nast Traveller. – 2006. – URL: <https://www.cntraveller.com>.

The Week. – 2002. – URL: <https://theweek.com>.

Life & Style. – 2005. – URL: <https://www.lifeandstylemag.com>.

Королева К.М.

Екатеринбург, Россия

Критерии оценки адекватности перевода. Оценка адекватности перевода художественного текста

Аннотация. В статье приводятся уровни переводческой эквивалентности, а также критерии оценки художественного текста. Материал, предлагаемый в статье, может быть использован в практике преподавания теории перевода в ВУЗе.

Ключевые слова: переводческая эквивалентность, критерии, оценка перевода, нормативные аспекты.

Сведения об авторе: Королева Ксения Михайловна, мастер производственного участка.

Место работы: АО Уральский завод гражданской авиации.

Контактная информация: 620135, г. Екатеринбург, Красных командиров, 32
e-mail: spottycheetah@yandex.ru

Koroleva K.M.

Ekaterinburg, Russia

Criteria for assessing adequacy of the translation. Evaluating of the adequacy of the translation of an artistic text

Abstract. The article presents the levels of translation equivalence, as well as criteria for evaluating an artistic text. The material presented in the article can be used in the practice of teaching the theory of translation at the university.

Keywords: translation equivalence, criteria, assessing of translation, normative aspects.

About the Author: Koroleva Ksenia Mikhailovna, production line supervisor.

Place of employment: JSC The Urals Work of Civil Aviation.

Обособление художественного перевода как отдельного научного направления само по себе основывается на типологическом противопоставлении художественного текста всем нехудожественным. Под художественным текстом понимают «сверхфразовое единство, характеризующее общностью идейно-тематического содержания и эстетического воздействия на читателя – своей основной функцией» [3]. Данная функция выполняется при эстетизации автором текста описываемой действительности при использовании определенных художественных приемов, наилучшим образом подходящих для достижения желаемого эмоционального эффекта.

Необходимо различать потенциально достижимую эквивалентность, под которой подразумевается максимальная общность содержания двух текстов на разных языках, обусловленную различиями языков, на которых созданы эти тексты, и эквивалентность переводческую, являющуюся реальной смысловой близостью двух текстов, достигаемую переводчиком в процессе перевода.

Для обеспечения эквивалентности при переводе и в зависимости от передаваемой смысловой части выделяют несколько уровней (типов) эк-

вивалентности. При этом на любом уровне должна обеспечиваться межкультурная коммуникация.

Уровень цели коммуникации, на котором цель коммуникации состоит в выражении эмоций говорящего. Составляющие ее языковые средства могут не соответствовать единицам оригинала.

Maybe there is some chemistry between us that doesn't mix. – Бывает, что люди не сходятся характерами.

Уровень описания ситуации, на котором коммуникативная функция текста осуществляется посредством ситуативно-ориентированного общения.

Уровень высказывания, сохраняющий компоненты содержания, а также значительную часть синтаксических конструкций ИЯ, при этом эквивалентность на уровне слов отсутствует.

Уровень сообщения, на котором информация, содержащаяся в структуре текста оригинала, входит в общее содержание текста перевода.

На *уровне языковых знаков* достигается максимально возможная эквивалентность содержания между текстами ИЯ и ПЯ.

Перевод художественного текста вызывает наибольшее количество разногласий в научной среде. Одни считают, что творческие поиски художественных соотношений должны преобладать над языковыми соответствиями. В то время как другие специалисты склонны определять перевод как воссоздание произведения средствами другого языка.

Оценка качества перевода художественного текста осуществляется в соответствии со следующими критериями:

1. Точность. При переводе должны быть донесены в полной мере все мысли, высказанные автором. При этом переводчик должен сохранить не только основные положения, но также достичь передачи всех нюансов и оттенков авторского текста. Стремясь к полноте передачи высказывания, не следует забывать о недопустимости пояснений и дополнений от переводчика.

«Those turtlenecks you wear are so dated. You'd look much sharper in a tie!» – Эти водолазки страшно устарели! В галстуке вы бы выглядели более стильно.

В данном случае эквивалентность достигнута на уровне цели коммуникации. В качестве эквивалента прилагательному sharp – острый, четкий, умный, тонкий – выбрано слово «стильный», поскольку оно наилучшим образом подходит для описания внешнего вида.

2. Сжатость. Многословие переводчика не приветствуется. Мысли должны быть оформлены в максимально сжатую, лаконичную форму.

The young sophomore had never dreamed that Peter Solomon, one of America's wealthiest and most intriguing young intellectuals, would ever write back. But Solomon did.

Молодой студент не надеялся получить ответ от одного из состоятельнейших и влиятельнейших американских интеллектуалов, однако Соломон ответил.

3. Ясность. Сжатость текста перевода, тем не менее, не должна наносить урон ясности излагаемых мыслей, легкости их понимания. Не следует применять сложные, двусмысленные обороты. Язык изложения мыслей должен быть простым и ясным.

4. Литературность. Перевод художественного текста должен полностью удовлетворять общепринятым нормам литературного языка, на который осуществляется перевод. Каждая фраза должна читаться естественно и непринужденно, без каких-либо намеков на непривычные синтаксические конструкции оригинала. Так, например, ввиду значительного различия синтаксических структур русского и английского языков, сохранение формы выражения оригинала в большинстве случаев оказывается невозможным. Кроме того, зачастую с целью более точной передачи смысла приходится прибегать к изменению структуры переводимого предложения в соответствии с нормами русского языка, т. е. сделать перестановку или даже замену отдельных слов и словосочетаний.

The one who called himself mal'akh pressed the tip of the needle against his shaved head, sighing with pleasure as the sharp tool plunged in and out of his flesh. The soft hum of the electric device was addictive. . as was the bite of the needle sliding deep into his dermis and depositing its dye. *I am a masterpiece.*

Человек, называвший себя Малахом, прижал кончик иглы к обритой голове: острое пронзило плоть, и он с наслаждением вздохнул. Тихое гудение машинки манило и завораживало... как и укусы иглы, проникавшей глубоко под кожу и оставлявшей там краску. «Я – шедевр».

Дословно словосочетание «**The one** who called himself mal'akh...» можно перевести как «Тот, кто звал себя малахом...», при этом данный перевод расходится с нормами употребления русского языка, поэтому переводчик выбирает наиболее подходящий вариант: the one, who – человек. Словосочетание «the electric device», дословно переводимое как

«электрическое устройство», переводчик заменяет более привычным словом «машинка».

Перевод данного отрывка относится в эквивалентности на уровне сообщения, выполненные при переводе преобразования не меняют содержания и цели коммуникации, приводя, тем не менее, фрагмент к более привычному для русскоязычного читателя виду.

Также при оценке качества перевода учитываются точность перевода фразеологических и крылатых выражений, наличие ошибок, искажающих смысловое содержание оригинала, а также стилистические особенности оригинала, отсутствие орфографических и грамматических ошибок, семантическая верность, сохранение прагматического аспекта оригинала.

Однако, по мнению многих ученых, основными критериями оценки перевода художественного текста являются эквивалентность и адекватность, поскольку они включают в себя все перечисленные выше критерии. Смысловая близость текстов оригинала и перевода, их сходный лексический состав и синтаксическая организация являются составной частью переводческой эквивалентности. В свою очередь адекватность перевода подразумевает точность перевода и выбора эквивалентов для идиоматических и крылатых выражений, прагматический аспект и семантическую верность.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Комиссаров В. Н. Теория перевода (Лингвистические аспекты). – М.: Высш. шк., 1990.

Комиссаров В. Н. Общая теория перевода. Проблемы переводоведения в освещении зарубежных ученых: учебное пособие. – М.: ЧеРо, 1999. – 134 с.

Солодуб Ю. П. Теория и практика художественного перевода: учеб. пособие для студ. лингв. фак. высш. учеб. заведений. – М.: Издательский центр «Академия», 2005. – 304 с.

Маханькова Е.Д.
Екатеринбург, Россия
**Личностный подход и обучение
чтению в 5-6 классах**

Аннотация. В тезисах рассматривается комплекс упражнений для обучения чтению на иностранном языке в рамках личностного подхода.

Ключевые слова: личностный подход, чтение, иностранный язык, индивидуальность.

Сведения об авторе: Маханькова Евгения Дмитриевна, инженер 1 категории отдела проектирования.

Место работы: ЗАО ИЦ «Урал-техэнерго»

Контактная информация: 620062, г. Екатеринбург, ул. Малышева, 105
e-mail: evgenka90176@mail.ru.

Mahankova E.D.
Ekaterinburg, Russia
**Individual approach and learning
to read in 5-6 forms**

Abstract. The article gives example of how to make reading exercises taking the individual approach in FLT into consideration.

Keywords: individual approach, reading, foreign language, individuality.

About the Author: Mahankova Evgenia Dmitrievna, engineer (1 category) of the project department.

Place of employment: ZAO IC «Ural-technenergo».

В наше время личностно-ориентированный подход становится очень популярным, большинство педагогов страны осваивают теоретические и практические его основы, а так же способы внедрения в учебно-воспитательный процесс. Нельзя отрицать его положительное влияние на учеников, на становление их личности, на формирование мировоззрения, собственных взглядов и суждений. Личностно-ориентированный подход важен, в частности, при обучении чтению, поскольку позволяет учитывать индивидуальные качества учеников, соотносить их речевые действия с реальными мыслями, чувствами и интересами.

Личностным подходом является последовательное отношение педагога к воспитаннику как к личности, как к сознательному ответственному субъекту собственного развития и как к субъекту воспитательного взаимодействия.

Чтение как вид речевой деятельности представляет собой перцептивно-мыслительную деятельность и соотносится с умением, которое основано на следующих навыках: соотношения зрительного образа речевой единицы со слухоречедвигательным; соотношения слухоречедвигательных образов единиц с их значением, что включает в себя навыки соотношения звуковых образов слов и словосочетаний с их значениями и навыки соотношения грамматических структур с их значениями. Для эффективности обучения чтению необходим комплекс упражнений, который включает задания, способствующие развитию всех навыков, а также учитывающий возрастные особенности учащихся.

Для младших подростков характерно постепенное обретение чувства взрослости, усиление независимости детей от взрослых, обострение чувства собственного достоинства. Поэтому личностный подход в обучении может оказаться продуктивным, так как учитывает индивидуальность ребёнка, что очень нравится младшим подросткам.

Комплекс дополнительных упражнений для обучения чтению на основе учебника «Starlight 6» учитывает принципы личностно-ориентированного подхода: развитие и саморазвитие личности ученика, исходя из его индивидуальных особенностей; подбор средств и методов обучения так, чтобы ученик мог проявить изобретательность к предметному материалу; оценочная сторона учитывает не только уровень достигнутых знаний, умений и навыков, но и сформированность определенных интеллектуальных качеств и свойств. Это достигается путём дифференциации заданий на каждый этап работы с текстом (дотекстовый, текстовый, послетекстовый). Так на дотекстовом этапе ученики могли выбирать, на основе чего стоять предположения о содержании текста: слов, которые необходимо предварительно перевести, картинок или заголовка. Упражнения на понимание прочитанного содержат задания, требующие не просто ответить на вопросы, а также проявить творчество, критическое мышление, умение анализировать. Например, составить план-конспект текста, окончить рассказ двумя-тремя предложениями, найти предложения, выражающие главную мысль текста.

Очень важно, чтобы в комплексе присутствовали задания, не имеющие одного правильного ответа, тогда у обучающихся будет возможность выразить свою точку зрения, свое индивидуальное суждение.

Домашнее задание, основанное на прочитанном тексте, также дифференцировано, ученики могут выбирать, какое именно задание им выполнять. Например, написать письмо другу, подготовить вопросы для интервью, составить рекламу достопримечательности, о которой говорилось в тексте и т. д.

Практика показала, что пяти-шестиклассники с интересом выполняют такие задания, они более активны в обсуждениях, если знают, что любой их ответ будет «правильным», они меньше боятся совершить ошибку. С большей мотивацией приступают и к выполнению домашнего задания, как известно, поддержание мотивации очень важно на данном этапе обучения.

Таким образом, можно сделать вывод, что применение личностного подхода в обучении чтению на иностранном языке позволяет эффективно развивать все необходимые для этого вида речевой деятельности навыки, а также положительно влияет на мотивацию обучающихся.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Абрегова А. В. Личностный подход при обучении профессионально-ориентированному английскому языку // Наука вчера, сегодня, завтра, 2014. – № 4 (26). – С. 86-90.

Ефимова Р. Ю. Методика обучения чтению на уроке английского языка // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики, 2012. – № 1 (4). – С. 27-29.

Массен П., Конджер Дж., Кача Дж., Хьютон А. Развитие личности ребенка / под ред. А. М. Фонарева. – М.: Прогресс, 1987. – 272 с.

Нестатных А.В.
Екатеринбург, Россия
**Социально-политические
эвфемизмы в политическом
дискурсе английского языка**

Аннотация. Статья описывает социально-политические эвфемизмы в политическом дискурсе английского языка, которые становятся более распространенными в речи представителей власти. В данной группе эвфемизмов выделяются и объясняются особо важные подгруппы эвфемистической лексики и приводятся примеры их использования в речи. Материал может быть использован в практике преподавания интерпретации текста в вузе.

Ключевые слова: эвфемизм, политический дискурс, замена, английский язык, euphemism, political discourse, substitution, euphemistic vocabulary, English language.

Сведения об авторе: Нестатных Анастасия Валентиновна, студент факультета иностранных языков, кафедры перевода и переводоведения. Место учебы: Уральский государственный педагогический университет

Nestatnykh A.V.
Ekaterinburg, Russia
**Social and political euphemisms
in the political discourse
of the English language**

Abstract. The article describes the socio-political euphemisms in the political discourse of the English language, which are becoming more common in the speech of the authorities. In this group of the euphemisms, the most important subgroups of euphemistic vocabulary are identified and explained, and examples of their use in speech are given. The material can be used in the practice of teaching the interpretation of the text in the university.

Keywords: euphemism, political discourse, substitution.

About the Author: Nastatnykh Anastasia Valentinovna, student of Faculty of Foreign Languages, Department of Translation. Place of study: Ural State Pedagogical University.

Как прежде, так и в настоящее время потребность в эвфемизации очень велика. Доказательством тому служит широкий спектр назначения эвфемизмов в речи – они осуществляют разные функции, более того, они играют важную роль в обеспечении эмоционально-позитивного и культурного, успешного общения.

Как фигура речи эвфемизмы осуществляют экспрессивную функцию, занимая особое место в системе стилистических приемов и выразительных средств языка.

Эвфемизмы, основной целью которых является смягчение слов и выражений, чтобы умерить неприятное для собеседника, очень близки языку дипломатического общения. Их сближают смысловая размытость, толерантность, уклончивость в высказываниях, которые позволяют избегать конфликтов. Эвфемизмы используются в речи очень широко, осо-

бенно это можно проследить в двух сферах жизнедеятельности человека – социально-политической и обиходно-бытовой. Наиболее интересной является первая группа эвфемизмов, так как они используются в речевой ситуации, где участвуют как чиновники, так и простые гражданские люди. Среди этих эвфемизмов можно выделить следующие группы:

- **эвфемизмы, связанные с влиянием государства на жизнь людей**, носят «повседневный характер». Их можно встретить как в официальных выступлениях политических деятелей, так и в разговорном английском:

1. Эвфемизмы, описывающие мало востребованные профессии.
2. Эвфемизмы, характеризующие социальные пороки.
3. Эвфемизмы, относящиеся к проблеме бедности.

- **эвфемизмы, связанные с военными действиями и террором**, получили особое распространение на рубеже XX-XXI веков. Обилие войн (война во Вьетнаме, Ираке и т. д.), терроризм как новая угроза обществу оставили свой след в английском языке. Например, в прессе слово «terrorist» обычно не используется. Журналисты предпочитают эвфемизмы. Возьмем для примера инцидент в лондонском метро в июле 2005 года; анализ покажет, что присутствует множество эвфемистических единиц для слова «террорист»: bomber / attacker / insurgent / militant / misguided criminals / assailants / captors / extremists / fighters / group / guerrillas / gunmen / hostage-taker / radicals / rebels / separatists:

«It could as easily be an explosive device left on the bus as the work of a bomber» / Это легко могло быть взрывное устройство, оставленное в автобусе террористом.

В сфере политики для прикрытия агрессивных военных действий, совершенных по инициативе руководства государства, также используются эвфемизмы: bombing (бомбардировка) – air support; victim (жертва) – casualty / non-operative personnel; genocide (геноцид) – ethnic cleansing; killing people on your own side (убийство своих людей) – friendly fire; killing (убийство) – deprivation of life;

- **эвфемизмы, характеризующие временные волнения, катаклизмы, происходящие в обществе**, – актуальное явление для современного английского языка. В мире происходит множество экологических катастроф, возникает непонимание между представителями различных стран, культур, а также мировая экономическая ситуация серьезно повлияла на финансовое состояние людей. Как показало наше исследование, политики, ученые, общественные деятели, экономисты пытаются «скрасить» сложившуюся ситуацию и активно для этого используют эвфемизмы в своих выступлениях. Можно выделить две основные подгруппы:

Эвфемизмы, связанные с мировым экономическим кризисом (2008-2010 гг.): Эвфемизмы данной тематики получили особое распространение. И это неудивительно, ведь прошла огромная волна увольнений, люди потеряли свои капиталы, имущество, производительность предприятий упала. Соответственно, возникло желание у политиков, экономистов не показывать «больные места», спрятать их под вуалью эвфемизации, тем самым не вызвать лишнего раздражения у граждан своей страны. Я встретила следующие примеры эвфемизмов в рамках политического дискурса: economic downturn вместо

economic crisis (экономический кризис) :

«*Worst economic downturn in 50 years*» / Худший экономический кризис за 50 лет.

А нижеописанные эвфемизмы служат заменой выражения «tax increases» (повышение налогообложения): some inflows / revenue enhancements / balancing / fairer revenue raise / progressive revenue / progressive taxation . «*In continuing our effort to highlight states where progressive revenue-raising options are gaining support*» / Продолжаются наши усилия выделить штаты, где отмечается повышение налогообложения.

Более того, для уменьшения очевидной разницы в уровне экономического развития некоторых используется эвфемистическое выражение the Fourth World (самые бедные и малоразвитые в мире страны Африки, Азии и Латинской Америки): «*The Fourth World Conference on Women is taking place as the world stands poised...*» / Состоится конференция развивающихся стран по вопросу женщин, так как мир готов...

Из вышесказанного следует то, что эвфемизмы представлены в политическом дискурсе в значительном количестве. Они затрагивают различные проблемы современного мира, также прослеживается процесс эвфемизации вопросов частной жизни политиков, общественных деятелей (эвфемизмы, описывающие естественные потребности), что является современной тенденцией английского языка, говорящей о сближении политического института власти и граждан страны.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- Ayto J. Dictionary of Euphemisms. – Britain, 2003.
Enright D. J. Fair of Speech: The Uses of Euphemism. – Oxford Univ. Press, 1985.
Гуманова Ю. Л. «Политическая корректность» как социокультурный процесс (на примере США). – М.: МГУ, 1999. – 28 с.
Беляева Л. Н. Лингвистические автоматы в современных гуманитарных технологиях. – СПб.: Книжный дом, 2007. – С. 146-149.
Кацев А. М. Языковое табу и эвфемия: учебное пособие к спецкурсу. – Л.: Изд-во ЛГУ, 1988. – 19 с.

Павлов А.Б.

Екатеринбург, Россия

**Способы достижения
переводческой эквивалентности
в переводе текстов договоров**

Аннотация. В статье приводятся различные приемы и методы достижения переводческой эквивалентности. Материал может быть использован в практике преподавания теории перевода в вузе.

Ключевые слова: переводческая эквивалентность, текст договора, подстановка, переводческие трансформации, преобразования.

Сведения об авторе: Павлов Артём Борисович, помощник менеджера, управление по маркетингу и продажам для авиакосмоса.

Место работы: ПАО Корпорация ВСМПО-АВИСМА.

Контактная информация: 624760, г. Верхняя Салда, ул. Чкалова, 26
e-mail: pavlov_ab@outlook.com.

Pavlov A.B.

Ekaterinburg, Russia

**Ways of achieving equivalence
of contract text interpretation**

Abstract. The article contains examples of techniques and methods of equivalence achieving. The material can be used in teaching translation at higher education establishments.

Keywords: equivalence, contract text, substitution, fiction, text interpretation.

About the Author: Pavlov Artem Borisovich, manager assistance, Aerospace Marketing and Space Department.

Place of employment: PSC VSMPO-AVISMA Corporation.

При переводе договоров **переводческая эквивалентность** достигается различными приемами и способами. Применимо к договорным текстам, с точки зрения переводческой эквивалентности, нельзя расценивать различные элементы текста как более либо менее значимые – все элементы текста договора являются неотъемлемыми и должны быть переданы с детальной точностью.

Для выполнения адекватного перевода текста договора необходимо выделить ряд функции договорных текстов для передачи переводчиком. Передача исходного содержания текста не представляется возможной без внесения в него корректировок (в целях сохранения соответствия содержания текста ситуативному контексту), что при переводе **текстов договора** имеет особое значение: договор как документ, устанавливающий юридическую связь субъектов отношений, фиксирующий цели, действия и обязательства сторон, не допускает расхождения в трактовке, визуальном представлении текста. Следовательно, все модификации текста и корректировки необходимо проводить как с учетом правовых реалий, сложившейся деловой практики и обычаев делового оборота, так и не выходя за рамки правовых реалий стороны языка оригинала.

При сопоставлении лексических систем ИЯ и ПЯ можно выделить ряд простейших методов перевода, с помощью которых достигается эквивалентность. Частный случай совпадения лексических единиц – интернационализмы, термины из различных областей (научно-технические, именование родства), имена собственные, наименования языков, национальностей. В случае такого совпадения необходимость подбора эквивалентов отсутствует – выполняется простая **подстановка**. В нижеприведенном **примере** лексические единицы совпадают частично:

КОНТРАКТ № 8268010TKU
от 09 января 2017 года
г.Верхняя Салда, Российская Фе-
дерация

CONTRACT № 8268010TKU dat-
ed January 09th, 2017
Verkhnyaya Salda, Russian Federation

Перевод выполнен с сохранением форматирования текста оригинала: выделение текста, соблюдение регистра символов. Допущена корректура при переводе топонима – перед именем собственным было добавлено сокращение, раскрывающее административный статус субъекта. Перевод единицы contract выполнен с помощью подстановки интернационально используемой единицы «контракт». Данный термин в Гражданском кодексе РФ отсутствует, однако, в деловом обиходе он используется для обозначения сделок между двумя сторонами заключающихся в письменном виде. Синоним «договор» можно использовать в данном случае, но ввиду сложившейся практики договорных отношений наиболее уместным представляется обойтись без синонимических замен, т. к. использование термина «контракт» в этом конкретном случае не повлечет за собой юридических последствий.

В случаях, когда переводимой единице соответствуют сумма значений нескольких единиц языка перевода, переводчик может использовать методы «непропорциональной» подстановки, конкретизации и генерализации.

[...] организация, **надлежащим образом** созданная и зарегистрированная в Российской Федерации, основной государственный регистрационный номер 1026600784011, **место нахождения и место государственной регистрации**

[...] a company **duly** organized and registered in the Russian Federation under basic state registration number 1026600784011, having its **registered office and principal place of business** at:

В тексте договора, приведенном выше, наречие **duly** при переводе заменено словосочетанием. При использовании генерализации лексическая единица заменяется единицей с более широким словарным значением: **principal place of business** заменено единицей с более широким значением – **место нахождения**, учитывая организационную структуру организации и фактическое местонахождение подконтрольных ей объектов. **Место государственной регистрации** – частный пример использования приема конкретизации: с использованием непропорциональной подстановки конкретизируется лексическая единица, которая в отсутствии контекста может толковаться двояко. Характерно при использовании вышеперечисленных методов то, что они уместны для перевода лексических единиц, отражающих совпадающие явления реальной действительности.

Далеко не всегда значения денотатов совпадают в полной мере и являются словарными эквивалентами. В большинстве случаев значения близких лексических единиц совпадают не в полном объеме.

[...] Продавец обязуется передать в собственность Покупателя товар, **определенный** в приложениях к данному Контракту, а Покупатель обязуется принять товар и оплатить его

[...] the Seller undertakes to transfer into ownership of the Buyer the products **determined** in annexes to the present Contract , and the Buyer undertakes to accept and pay for the products

Прилагательное **determined** имеет множество значений в английском языке, причем значения его, как и русские эквиваленты разнятся:

- В значении – *решительный, твёрдый, непоколебимый, стойкий*: непреклонный **determined resolution** – твёрдая решимость; **determined foes** – непримиримые враги; **determined character** – решительный характер; *She is determined to finish law school.* – Она полна решимости получить юридическое образование.

- В значении – *определённый, назначенный, установленный; оговорённый, точный*: **determined price** – установленная цена **ambiguously determined** – неоднозначно определённый **uniquely determined** – однозначно определённый

Метод дифференциации исходной единицы путем подбора инварианта в основном применим при переводе на язык носителя, т. к. прием предполагает, что значение должно быть уяснено в контексте, что характерно для перевода с иностранного языка. Прием трансформаций используется при переводе на иностранный с языка носителя, т. к. он требует полное понимание семантики исходной единицы: *Количество, ас-*

сортимент, сроки поставки (отгрузки) товара, объем отдельных партий товара, – *Quantities, mix of products, delivery (shipment) terms, volume of individual lots of goods*, – в данном приме **ассортимент** в своем контекстуальном значении для перевода заменяется словосочетанием близким ему по смыслу – буквальный перевод как **assortment / range / variety** не допустим в контексте конкретного договора.

Также нередко возникают ситуации, когда в качестве переводческих эквивалентов выступают единицы, денотативные значения которых полностью расходятся. Лексические единицы, имеющие несовпадающие значение в определенных словосочетаниях приобретают значения эквивалентов. Следовательно, не всегда представляется верным осуществлять перевод по денотативным значениям: ...have come to an agreement that **customs clearance** under the present contract – ...*договорились, что таможенное оформление по данному контракту*. Мы видим, что словарные значения расходятся – данный прием называют узуальной подстановкой.

Может оказаться, что в лексических системах отсутствуют эквиваленты тех или иных единиц, в таком случае эквивалент создается в процессе перевода – такую лексику принято именовать «безэквивалентной». С этим сталкивается переводчик при переводе терминов и реалий. Для передачи безэквивалентной лексики существует множество способов.

Транслитерация – заимствование единицы ИЯ и ее написание символами ПЯ: *acting on the basis of the Commercial Register of the Canton de Vaud* - действующего на основании Коммерческого **регистра Кантона de Vo**. Регистр – слово, пришедшее в русский язык в 17 веке через польский – из немецкого, в свою очередь пришедшее в немецкий из латыни, закрепилась в нормах языка. В ряде случаев транслитерация является единственно возможным способом эквивалентного обозначения реалий. Кантон как единица обладает множеством близких по смыслу значений, но кроме как с помощью транслитерации выполнить ее перевод не представляется эффективным. Возможно, транслитерация недостаточно полно передает содержание понятия на языке перевода, однако, ее недостатки можно компенсировать примечаниями (частично относится к описательному методу перевода). Передача составных морфем безэквивалентной единицы с помощью буквальных соответствий на языке перевода, например: **End-User – Конечный пользователь**.

Антонимический перевод редко употребляется при переводе договорных текстов т.к. при переводе единица занимается на противоположную. Для сохранения смысла в высказывание добавляется отрицание, либо если оно уже присутствовало в оригинальной фразе – его убирают. При использовании антонимического метода перевода эквивалентность

перевода достигается, но возникает возможность различного толкования многоязычного текста договорных документов, что не допустимо, поэтому к данному методу прибегать не рекомендуется.

Вышеописанные методы преобразований во многих случаях ведут к модификации содержания для уподобления текста нормам и реалиям. Морфологические трансформации наиболее часто применяются и частные случаи их применения могут быть не идентифицированы. Синтаксические преобразования в минимальной степени затрагивают смысл фразы. При переводе договорных текстов используется метод синтаксического уподобления. В некоторых случаях синтаксические преобразования являются вынужденными – переводчикам приходится прибегать к перестроению фраз на языке перевода для сохранения логического смысла высказывания.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Михельсон А. Д. Объяснение 25 000 иностранных слов, вошедших в употребление в русский язык, с означением их корней. Составил по словарям: Гейзе, Бешереля, Брокгауза, Александра, Рейфа и других.

Пичкова Л. С. Деловой английский. – М.: Проспект, 2010. – 1008 с.

Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ) [Электронный ресурс]. – URL: <http://base.garant.ru/10164072/>.

Shipping And Incoterms: Practice Guide. – UNDP Practice series, 2008. – 60 p.

Trade Facilitation Terms: An English – Russian Glossary (revised second edition) [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.eurasiancommission.org/ru/Lists/EECDocs/Glossary%202011.pdf>.

Светличная К.Ю.

Екатеринбург, Россия

**Переводческие трансформации
при передаче национально-
культурных реалий на материале
Джерома К Джерома «Трое в лодке
не считая собаки»**

Аннотация. В статье предлагаются упражнения для отработки навыков распознавания фонетических и графических выразительных средств в художественной литературе. Материал может быть использован в практике преподавания интерпретации текста в вузе.

Ключевые слова: реалии, культура, нация, способы перевода, лингвистика.

Сведения об авторе: Светличная Ксения Юрьевна, учитель английского языка.

Место работы: МБОУ СОШ № 87

Контактная информация: 622051, г. Нижний Тагил, ул. Молодежная, 22А
e-mail: natalia.sh2@gmail.com.

Svetlichnaya K. U.

Ekaterinburg, Russia

**Translation transformation in the
transmission of national and cultural
realities on the material Jerome
to Jerome «Three Men in a Boat
(To Say Nothing of the Dog)»**

Abstract. The article contains exercises that practise the skills of identifying phonetic and graphical expressive means in works of fiction. The material can be used in teaching text interpretation at higher education establishments.

Keywords: realities, culture, nation, ways of translation, linguistics.

About the Author: Svetlichnaya Ksenia Yurievna, English teacher.

Place of employment: School № 87

Так как язык как часть культуры относится к несовпадающим элементам, которые представляют собой безэквивалентную лексику и коннотации, присущие словам в одном языке и отсутствующие или отличающиеся в словах другого языка.

«Реалии – это названия присущих только определенным нациям и народам предметов материальной культуры, фактов истории, государственных институтов, имена национальных и фольклорных героев, мифологических существ и т. п. При сопоставлении языков обозначающие эти явления слова относят к безэквивалентной лексике. Безэквивалентными являются слова, служащие для выражения понятий, которые отсутствуют в иной культуре и, как правило, не переводятся на другой язык одним словом, не имеют эквивалентов за пределами языка, к которому они принадлежат. Переводчикам, как правило, приходится прибегать к пространным описаниям или предлагать собственные неологизмы типа надземка – elevated railroad (по аналогии с подземкой); виктрола – Victrola (проигрыватель определенной марки; Victor – название фирмы, производящей радио- и телеаппаратуру); букмекер – book-maker (человек, принимающий заклады от публики на скачках и бегах); родстер – roadster (двухместная машина с откидным верхом)».

Существует несколько переводов национально-культурных реалий на свой родной язык. Перевод реалий представляет большие сложности в виду того, что в большинстве случаев в культуре переводящего языка не существует явления или предмета, обозначаемого реалией в языке перевода. В связи с этим при переводе реалий с английского языка на русский язык необходимо использовать различные переводческие трансформации, являющиеся «разнообразными межъязыковыми преобразованиями, которые осуществляются для достижения переводческой эквивалентности («адекватности перевода») вопреки расхождениям в формальных и семантических системах двух языков» [Бархударов 1975: 190].

С точки зрения В. Н. Комиссарова, основными способами передачи реалий с одного языка на другой являются следующие пять способов:

1. Соответствия – заимствования, которые воспроизводят в переводящем языке форму или произношение реалии (ср. транскрипция и транслитерация).

2. Соответствия – кальки, воспроизводящие поморфемный состав слова или словосочетания.

3. Соответствия – аналоги, которые представляют собой наиболее близкое по значению слово переводящего языка, однако оно может быть употреблено, как правило, только в данном контексте.

4. Соответствия – лексические замены, которые образуются в процессе переводческих трансформаций.

5. Описание, используемое тогда, когда остальные способы не уместны или не представляется возможным их использовать.

Произведение Джерома К Джерома «Трое в лодке не считая собаки» по своему уникально. Это воплощение настоящего английского юмора. В этой повести очень хорошо видно как автор изящно и ярко создает различные комедийные ситуации. Культура и язык взаимосвязаны. Джером К. Джером никогда не писал того с чем не был знаком сам. Его герой – всем хорошо знакомый образ среднестатистического англичанина, вежливого, спокойного, иногда флегматичного, но не лишённого чувства юмора.

Данная повесть представляет собой рассказ о путешествии на лодке трех закадычных друзей и их верного товарища, фокстерьера по кличке Монморанси. Данное произведение ведется от первого лица, что добавляет еще большей изюминки произведению. Прототипами главных героев является сам автор, и его два закадычных друга, с которыми они иногда катаются на лодке. Реалии как отражения английской культуры как нельзя хорошо описаны в данной повести. *Географические реалии*, которые обозначают местность продемонстрированы в этом произведении, например *Thames* – Темза река, где происходит основное действие всей повести. Од-

на из главных и основных рек Лондона. Затрагивается направления, при помощи которых герои определяют свой путь *North-Western Railway* – Северо-западная железная дорога. Есть упоминание о самом знаменитом проливе между Францией и Великобританией *Channel* – Ламанш. Название населенного пункта, где происходят основные действия событий *Kingston* – Кингстон. *Liverpool* – Ливерпуль, город-порт, где совершают остановку главные герои, *London* – Лондон, столица Англии, главные герои неоднократно посещали этот город. Также в повести описаны одни из самых известных вокзалов Великобритании: *Euston* – Юстонский вокзал, *Waterloo* – большая железнодорожная станция Ватерлоо, название посвящено известному сражению. Помимо этого, в тексте есть упоминание таких известных городов и населенных пунктов как *Oxford* – Оксфорд, *Shepperton* – Шеппертон, где происходит основная масса событий, *Hampton Court* – Хэмптон корт, дворцовый ансамбль расположенный в Лондоне. Зарубежные страны, которые затрагиваются так же имеют место быть, например, ... *two young fellows student just returned from Germany* – ... два молодых студента только что вернулись из Германии. Безусловно без упоминания страны, где происходит основное действие быть не может. *England* – Англия. *Southern Europe* – Южная Европа.

Этнографические реалии представляют собой понятий и принадлежность к быту и культуре народа, например, *six inches* – шесть дюймов. Дюймы – единица измерения расстояния и длины характерная для таких стран как США и Великобритания. Продолжая тему единиц измерения в тексте также затронуты и пинты. Пинта – единица объема в странах США и Великобритании. *I read the prescription. It ran: «1 lb.beefsteak, with 1 pt, bitter beer every 6 hours»*. – Я прочитал рецепт, Он гласил; «1 фунтовый бивштекс и одна пинта горького пива каждый 6 часов» Фунты – денежная единица, которая является национальной валютой Соединенного Королевства. Помимо фунта, речь также в повести идет о более мелкой валюте – шилленге ... *all he really wanted was a shilling* – ... все, что ему было нужно это один шиллинг.

Изображение различных мест также хорошо описаны в повести, они отлично подчеркивают культурные реалии: *stable* – конюшня, лошади всегда занимали особое место в британской культуре; *hotels* – постоялые дворы; *pubs* – трактиры, излюбленное место для отдыха англичан и ирландцев.

Имена собственные известных исторических персонажей охватывающие британскую культуру, также отражены в этой юмористической повести Джерома К Джерома, например *Captain Cook* – Капитан Кук (английский военный моряк, путешественник-исследователь и первооткрыватель); *Sir Francis Drake* – Сэр Фрэнсис Дрейк (английский мореплава-

тель, первый англичанин совершивший кругосветное плавание); *Cristopher Columbus* – Христофор Колумб (известный испанский мореплаватель). Те, кто плохо знаком с английской истории вряд ли поймут, что *Queen Bess* – *Елизавета первая*. Бесс – ее прозвище, которое она получила во времена своего правления. Один из самых известных и любимых праздников в Соединенном Королевстве – *Christmas* – *Рождество*.

Есть косвенное упоминание об известной исторической личности, которая известна только носителям, например, «...*they are going to find Stanly*» – «... они собираются искать Стэнли». Речь идет о Стэнли Генри Мортоне, английском исследователе Африки. Или еще один более интересный пример *Sanford and Merton* – Санфорд и Мертон, иноязычные читатели вряд ли поймут, что тут отсылка к довольно известной нраво-учительной детской книге Томаса Дэя про плохого богатого мальчика Томми Мертон и про хорошего бедняка Сэндфорда.

В реалиях отображается специфика языка, культуры и характера англичан обусловленные как географическим положением той или мной части Соединенного Королевства, так и его историческим развитием. Главной функцией реалии, таким образом, становится передача культурологической значимости группе лиц, которые этой информацией не владеют т.е. родились, выросли и живут в иной культуре, которая отличается от данной реалии.

В данном произведении используются сразу несколько переводческих трансформаций. Транслитерация при которой важна точность письменной передачи знаков на оба языка, примеры из текста: *Captan Cook* – *Капитан Кук*, *Sir Francis Drake* – *Сэр Франсис Дрейк*, *Cristopher Columbus* – *Кристофор Колумб*, *Kingston* – *Кингстон*, *fox-terrier* – *фокс-терьер*, *angel* – *ангел*, *romantic* – *романтика*, *idiot* – *идиот*. В этой повести довольно много примеров, которые переведены при помощи транслитерации. Мы считаем, что это вызвано простотой восприятия данных лексических единиц, что облегчает их перевод на родной язык.

Следующая переводческая трансформация – генерализация т. е. замена значения слов на более узкий их смысл. *Soup* – *похлебка*, *Chair* – *мебель*, *cup* – *сервиз*. Данный подход весьма интересен и любопытен, потому что отчасти может исказить смысл предложения или фразы.

Калькирование обозначают дословный перевод лексической единицы, фразы или предложения. В данной работе подобных примеров встречалось не мало, мы приведем самые яркие и интересные из них. *George fancies he is ill; but there is never anything really the matter with him* – *Джордж воображает, что он болен. На самом деле все хорошо*. Или другая более ироничная фраза, наполненная классическим британским

юмором. *Harris so ready to take the burden of everything himself, and put in on the backs of other people – Гаррис так охотно берет на себя всю тяжесть работы и перекладывает ее на плечи других.* Бывают и иронические переводы, например, *No can opener* довольно сложно перевести на родной язык. Это довольно ироническое описание характера человека, который тщательно готовил запасы еды, но в итоге забыл дома нож. *Then we looked for the knife to open the tin with. We turned out everything in the hamper. We turned out the bags. We pulled up the boards at the bottom of the boat. We took everything out on to the bank and shook it. There was no tin-opener to be found.* Перевод: *Оставалось найти консервный нож и открыть банку. Мы вытряхнули все из корзины. Мы вывернули саквояж. Мы подняли доски, которые лежали на столе. Мы перерыли все вещи и выбросили их на берег. Консервного ножа не было*

Еще один вид переводческой трансформации, который встречается в данной повести – лексико-семантические замены. Значения слов в родном языке не совпадает с значением слов в языке оригинала. *Across the Channel – переплывал Ламани. Rainwater is the chief article of diet at supper – Основной предмет питания – дождевая вода. Meanwhile the third man – Между тем третий ваш товарищ.*

Мы можем сделать вывод, что выбор той или иной переводческой трансформации порой сможет повлиять на смысл художественного произведения. А соблюсти все тонкости довольно сложно, тем более, что иная культура предполагает совершенное иное видение мира.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- Алефиренко Н. Ф. Лингвокультурология. Ценностно-смысловое пространство языка. – М.: Издательство «Союз», 2013. – 282 с.
- Бреус Е. В. Основы теории и практики перевода с русского языка на английский: учебное пособие. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Изд-во УРАО, 2000. – 208 с.
- Гумбольдт В. Избранные труды по языкознанию. – М.: Прогресс, 1984. – 400 с.
- Дзида Н. Н. Проблема лакуарности в переводе // Вестник Тюменского государственного университета. – 2010. – № 1. – С. 162-167.
- Иванов А. О. Безэквивалентная лексика: учебное пособие. – СПб., 2006. – 192 с.
- Корнилов О. А. Языковые картины мира как производные национальных менталитетов. – М.: ЧеРо, 2003. – 349 с.
- Попова З. Д., Стернин И. А. Когнитивная лингвистика. – М.: АСТ: Восток-Запад, 2007. – 314 с.
- Сорокин Ю. А., Быкова Г. В. (ред.) Лакуны в языке и речи: сб. научных трудов. – Благовещенск: БГПУ, 2003. – 257 с.

Фрицлер А.С.
Екатеринбург, Россия
Понятие «мотив»
в зарубежном
литературоведении

Fricler A.S.
Ekaterinburg, Russia
The definiton of «motive»
in foreign literature

Ключевые слова: мотив, тема, анализ текста.

Keywords: motive, issue, text analysis.

Сведения об авторе: Фрицлер Андрей Сергеевич, студент УрГПУ

About the Author: Fricler Andrew Sergeevich, student of USPU

Место учебы: Уральский государственный педагогический университет, Институт иностранных языков

Place of study: Ural State Pedagogical University, Faculty of Foreign Languages

Контактная информация: e-mail: andreifricler1@rambler.ru

Понятие «мотив» обладает многовековой историей. Первое упоминание мотива относится к периоду позднего Средневековья. Оно обозначало интеллектуальный импульс или идею, которая определяет характер речи. В XVIII веке термин был перенесен в искусство.

В конце XVIII столетия И. В. Гёте впервые вводит понятие в литературное пространство. Термин укрепляется в литературоведении благодаря работам братьев Гримм.

Мотив в широком смысле представляет собой мельчайшую структурную единицу языка, носящую значение; в узком смысле это четко определенная тематическая направленность литературного произведения (например мотив любви).

Различают несколько типов мотивов. По структуре содержания выделяют основные, побочные и ситуационные мотивы. Особая форма литературного мотива – это заимствованный из музыки «лейтмотив», обозначающий преобладающее настроение, главную тему, основной идейный и эмоциональный тон литературно-художественного произведения; конкретный образ или оборот художественной речи, настойчиво повторяемый в произведении в качестве постоянной характеристики героя, переживания или ситуации, многократно упоминаемая отдельная деталь или слово, служащее ключевым для раскрытия писательского замысла.

В сравнительном литературоведении существует тенденция взаимозаменяемости понятий «мотив» и «тема», поэтому многие зарубежные лингвисты пытаются выявить те черты, которые бы отличали «мотив» от «темы».

В немецкоязычной литературе понятие «мотив» приобрело популярность в 1960-е гг. благодаря работам Френцеля, который, с одной

стороны, работал над типологическим, а точнее лингво-графическим анализом готового изученного материала о «мотиве», с другой стороны над связью между темой и поэтическим построением вопроса.

Анализ исторических концепций мотива с очевидностью говорит о незавершенном, открытом характере теорий понятия «мотив». Точки зрения и мнения исследователей, увиденные в системе, не только отвечают на вопросы о существовании мотива, но и порождают новые вопросы и ставят новые проблемы. Все это говорит о том, что задача построения целостной теории понятия мотива еще далеко не завершена.

Научное издание

Научный дебют

Уральский государственный педагогический университет.
620017 Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 26.
E-mail: uspu@uspu.me